

**Jornalismo cidadão na era da Web 2.0: A experiência dos sites
HablaCentro e Groundviews**

João Bruno Rocha de Souza

Dissertação de Mestrado em Jornalismo

Março, 2018

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção
do grau de Mestre em Jornalismo, realizada sob a orientação científica do Professor
Doutor Paulo Nuno Vicente

À Telma Regina e Francisco Edson

AGRADECIMENTOS

Em especial aos meus pais Telma e Edson e minhas irmãs Fátima e Cecília, pelo carinho, apoio e incentivo, mesmo sabendo da saudade. É neles e com eles que me fortaleço. Mas também à tia Tânia, Veruska, Márcio, André, Márcia, Bruna, Mônica, Patrícia e Anderson pelo que me ensinaram e continuam a ensinar.

Às amigas e amigos que deixei, quando deste projeto, e em quem me reconheço. Que nunca nos falte a vontade de amar e mudar as coisas!

Também às amigas e amigos que fiz aqui, com quem dividi os melhores momentos dessa caminhada, e os piores também. Ninguém chega na nossa vida por acaso e com eles fui mais feliz.

Por fim, ao meu orientador, professor doutor Paulo Nuno Vicente, pelas aulas, onde descobri o interesse pelo tema e por acreditar no meu trabalho.

Jornalismo cidadão na era da web 2.0: A experiência dos sites HablaCentro e Groundviews

João Bruno Rocha de Souza

RESUMO

Com o acesso cada vez maior à internet e com avanço das tecnologias digitais, nas últimas décadas as possibilidades comunicacionais se ampliaram, quer seja entre os indivíduos, quer seja destes com as instituições no geral, inclusive com as instituições de comunicação social. Se quem antes era apenas receptor passivo de informação é agora, na era das mídias digitais e *Web 2.0*, também um produtor ou, pelo menos, um produtor em potencial. Com a premissa de que o desenvolvimento das novas mídias e a crescente democratização da internet permitiram uma maior participação do público na produção jornalística, este trabalho pretende, através de uma revisão bibliográfica e análise de conteúdo dos sites Groundviews e HablaCentro, entender a prática e encontrar possíveis possibilidades presentes e futuras para o jornalismo cidadão. A ideia é colocar a revisão bibliográfica em confronto com a prática dos sites citados acima, de maneira que seja possível apontar respostas para algumas questões inerentes à relação da Web 2.0 com o jornalismo cidadão e, pelo menos, sugerir novos questionamentos e saídas, não só para a profissão ou para o fazer jornalístico, como para a mínima garantia do direito fundamental à comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: consumo, internet, jornalismo, jornalismo cidadão, jornalismo online, mídias digitais, notícia, novas mídias, produção, Web 2.0

ABSTRACT

With the increasing access to the internet and the advancement of digital technologies, in the last decades the possibilities of communication have widened, among individuals, and of these with institutions in general, including with media institutions. If the citizen was just the passive recipient of information now, in the age of digital media and Web 2.0, he is also a producer or a potential producer. With the premise that the development of new media and the growing democratization of the internet allowed a greater participation of the public in journalistic production, this research intends, through a bibliographical revision and content analysis of the sites Groundviews and HablaCentro, to understand the practice and to find present and future possibilities for citizen journalism. The idea is to confront the bibliographical with the practice of the sites mentioned above, so that it is possible to indicate answers to some questions inherent to the relationship of Web 2.0 with citizen journalism and to suggest new questions and ways, not only for the profession or the work journalism, but also for the minimum guarantee of the fundamental right to communication.

KEY WORDS

citizen journalism, consumption, digital media, internet, journalism, new media, news, online journalism, production, Web 2.0

ÍNDICE

Introdução	9
Capítulo I: Jornalismo e jornanismos: webjornalismo, jornalismo cidadão, cívico, participativo, open source.....	12
I. 1. O que é e para que serve o jornalismo?	14
I. 2. Jornalismo cidadão: conceitos e práticas	15
I. 3. O conceito de notícia e a verdade nas notícias produzidas pelos cidadãos	20
Capítulo II: A Web 2.0 e o jornalismo.....	34
II. 1. Web 1.0 e Web 2.0: histórico, definições e diferenças.....	36
II. 2. Do telégrafo a WEB: algumas mudanças na estrutura da escrita jornalística.....	40
II. 3. Web 2.0 e Deontologia Jornalística.....	45
Capítulo III: Habla Centro e Groundviwes: Apresentação dos objetos, da metodologia e resultados da análise	48
III. 1. Objetivos da pesquisa	48
III. 2. Groundviews – Journlism for Citizens.....	49
III. 3. HablaCentro	51
III. 4. Tipo de pesquisa e análise.....	53
Capítulo IV: Análise e discussão.....	57
IV. 1. Groundviews e HablaCentro: política editorial	58
IV. 2. Autoria: quem publica?	63
IV.3. Inserção de comentários: quem comenta?	67
IV.4. Qualidade técnica via critérios de noticiabilidade.....	68
IV.5. Inclusão de ilustrações e links	71

IV.6. Abrangência e idioma	72
IV.7. Categorização quanto à função e ao gênero	72
Conclusão.....	76
Bibliografia	80
Lista de Figura	84
Lista de Tabelas	84

Introdução

A internet multiplica as fontes de informação e permite a comunicação entre muitos, sem barreiras. Isso fez surgir um sentido de criação coletiva que está na essência da *Web 2.0*. O usuário da *Web* é hoje, ao mesmo tempo, receptor e gerador de conteúdo, de informação, e ele tem agora a capacidade de decidir qual informação necessita. Isto dá forma a uma nova situação comunicativa e faz com que o poder de decisão esteja cada vez mais nas mãos de grupos organizados, com sentido coletivo comum, do que nas das mídias tradicionais.

Embora o acesso às novas tecnologias não faça do receptor automaticamente um produtor, ou, no nosso caso, automaticamente um jornalista, vários experimentos que envolvem a participação de não profissionais na coleta, análise e disseminação de informação em forma de notícias estão surgindo em todo o mundo, fazendo com que apareçam novos sites com pretensões jornalísticas em diversas partes do globo.

Novas tecnologias e aplicações, como *blogs*, redes sociais e transmissão de dados, ajudam os cidadãos a desafiar o monopólio dos jornalistas e a definirem, produzirem e disseminarem notícias. Especialmente à medida que as tecnologias relevantes se tornam mais baratas e mais fáceis de aprender e de se adaptar, os cidadãos sem treinamento ou experiência em jornalismo agora têm muitas maneiras de trabalhar com profissionais (direta e indiretamente), ou de maneira individual.

Slevin já alertava, no início dos anos 2000, quando a *Web 2.0* começava a ganhar força, que o desenvolvimento dos novos *media*, tendo a internet como ponta de lança, começava a contribuir para a complexidade dos canais de comunicação, em um mundo moderno já, por si só, incerto. Foi a internet que, por exemplo, permitiu a integração de vários modos de comunicação, como televisão e rádio, em um único espaço, conectados em uma vasta rede interativa. Hoje, onde quer que estejamos, podemos ter acesso de textos à conteúdo audiovisual, profissionais ou amadores, que nos informam 24h por dia de eventos e acontecimentos tanto do nosso meio social, quanto exteriores a ele.

Nesse sentido, o jornalismo cidadão é um dos fenômenos mais importantes surgidos no campo do jornalismo e seu estudo implica, entre outras, perceber como se dá a interações do jornalismo cidadão com os principais meios de comunicação (onde a maioria das pesquisas tem se concentrado), as virtudes e falhas identificadas nas iniciativas de cidadãos independentes, tanto coletivas como individuais, e os caminhos alternativos realizados por repórteres cidadãos, ativistas e entusiastas.

Na verdade, o jornalismo cidadão tem sido espaço de amplas críticas, desde a definição do termo, até sua prática, que, por vezes, é entendida como deturpadora do

jornalismo, ou como falsamente democrática e libertadora. Por outro lado, há os que defendem o jornalismo cidadão como uma tábua de salvação frente ao monopólio midiático de grandes corporações e como uma das expressões máximas da liberdade de expressão e imprensa. Ou seja, de início percebemos que é um tema onde não faltam pontos de vista divergentes.

Longe de querer elucidar cada um destes pontos de vista, mas neste trabalho apresentaremos as características fundamentais do jornalismo cidadão e a sua relação com o jornalismo “tradicional”, praticado pela grande mídia. O objetivo é tentar entender, sem pender para lado algum, mas de maneira um tanto entusiasta frente às novas maneiras de fazer jornalismo proporcionadas pela tecnologia digital e pela *Web 2.0*, de que maneira o cidadão comum, não profissional do jornalismo, se insere na produção jornalística atual, e quais as características desta produção.

Para tanto, faremos uma análise da produção e publicação dos sites Groundviews, baseado no Sri Lanka, e do HablaCentro, que cobre a América Central. Ambos os sites se propõe a dar voz para o cidadão, permitindo a publicação de conteúdo informativo, de maneira direta ou por vezes mediada, referente ao entorno social abarcado pelos sites. Verificaremos assim, se a proposta do jornalismo cidadão de noticiar o que comumente seria deixado de lado pela grande mídia, de dar voz aos “esquecidos”, de democratizar os meios de comunicação, de impulsionar a participação cívica, de ajudar na resolução de problemas das comunidades, e de fazer um jornalismo comprometido com o social e com a cidadania, se mantem nos sites.

Também analisaremos como é a relação entre profissionais e amadores, quais as mudanças provocadas pelas novas tecnologias e pela internet no jornalismo, tanto do ponto de vista da linguagem e da técnica, quanto dos valores inerentes à prática jornalística mais tradicional, de maneira a tentar apontar o que ainda permanece, o que segue em paralelo e o que vai no sentido contrário a tal prática. Tudo isso amparados tanto pela observação dos sites já citados, quanto por uma revisão bibliográfica.

As perguntas são muitas e a cada dia surgem mais: até onde vai o jornalismo cidadão na era da *Web 2.0*? Quais espaços estão destinados à produção do *produser/produmer*? E qual o caráter desses espaços e dessa produção? Como é a interação entre profissional e amador no âmbito do jornalismo cidadão na *Web 2.0*? O público se sente incentivado em participar? Em um caso de jornalismo cidadão de fato, produzido por não profissionais do jornalismo e cidadãos comuns, como se dá a “filtragem” de notícias?

Corremos o risco de, neste trabalho, não respondermos à contento (ou, quiçá, não respondermos todas) estas questões. Ou ainda, das respostas, já em um futuro

muito breve, serem outras. Mas este é um risco que se corre quando se fala em avanços tecnológicos e sociedade, e a relação/interação/consequências mútuas daí resultantes.

Capítulo I - Jornalismo e jornanismos: webjornalismo, jornalismo cidadão, cívico, participativo, *open source*...

Nas últimas décadas o avanço das tecnologias digitais favoreceu de maneira espantosa as possibilidades comunicacionais entre os indivíduos e também destes com as instituições no geral, mas principalmente com as instituições de comunicação social. Se quem antes era apenas receptor passivo de informação é agora, na era das mídias digitais e *Web 2.0*, também um produtor ou, pelo menos, um produtor em potencial.

Os *smartphones* e telemóveis com câmeras e aplicações para gravação de voz e edição de textos, bem como uma maior facilidade de acesso à internet em quase todos os lugares, permite ao cidadão que compartilhe seus próprios vídeos, textos, fotos, áudios e todo formato de arquivo, quase sempre sem custos, nas plataformas disponíveis com a internet como os *blogs*, redes sociais, grupos de mensagem instantânea e afins. Baseando-se nesse fluxo de informação possibilitado pelas mídias digitais e pela Web¹, na partilha ilimitada de conteúdo nos mais diversos formatos, tem ocorrido um esforço dos meios de comunicação tradicionais de incorporar algumas dessas produções do cidadão comum nos portais noticiosos.

Mas não só as mídias tradicionais e grandes corporações absorvem – ou tentam absorver- esta produção, como há inúmeros espaços criados com esta função. São sites criados com a finalidade de publicar conteúdo informativo parcial ou totalmente produzido por cidadão comum, antes tido apenas como leitor, receptor das informações produzidas pelos meios tradicionais. Essa inserção, que ocorre mesmo fora da rede, é o que alguns como Targino (2009) Traquina e Mesquita(2003), Gilmore (2005) chamam de jornalismo cidadão.

Levando o conceito de jornalismo cidadão para o mundo dos processos digitais e em rede, embora, segundo Mielniczuk (2003), não haja um consenso na terminologia que designe o jornalismo produzido na, para ou com ajuda da internet, surge a expressão webjornalismo, que nesse caso é mais característica e faz referência direta à uma parte específica da internet, que é a web. Primo e Trasel (2006) também adotam o conceito, que passa a ser chamado de webjornalismo participativo. De acordo com os autores o conceito de webjornalismo participativo pode ser definido pelas "práticas desenvolvidas em secções ou na totalidade de um periódico noticioso na web, onde a

¹ Sobre a diferença entre Internet e Web James C. Foust explica que: "The internet is the worldwide network, or connection, of computers that allows any user on the network to access information from anywhere else on the network. The world Wide Web (WWW) refers to the set of Technologies that places a graphical interface on the internet, allowing users to explore the network using their mouse, icons and other visual elements[...] the advent World Wide Web in the early 1990s that the internet, which traces its roots to the 1950s[...]" (2005, p. 20)

fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe" (Primo e Trasel, 2006, p. 10)².

Tais definições, como a de Primo e Trasel, pressupõe novas possibilidades de participação da audiência na produção jornalística. De certa maneira, isto significa que webjornalismo é um conceito que segue a proposta de livre compartilhamento da rede, onde tudo pode ser compartilhado. Mais do que isso, aliás, este conceito sugere uma quase total abertura (em alguns casos total) para a produção e publicação de conteúdo.

Com base na trajetória do conjunto de experiências identificadas na evolução dos webjornais, Mielniczuk (2003) propõe três momentos para os produtos jornalísticos desenvolvidos para a web: produtos de primeira geração ou fase da transposição; produtos de segunda geração ou fase da metáfora e produtos de terceira geração ou fase do webjornalismo. A terceira geração é o webjornalismo como conhecido hoje, onde além da transposição do material impresso para o meio eletrônico, os jornais passam a adotar outros recursos, acentuam a hipertextualidade e a incorporação de outras mídias e aprofundam a interatividade.

Se por um lado esta última geração/categoria indique uma maior participação e pluralidade de vozes, por outro, para os portais da mídia de referência³ é uma maneira de atrair mais público (e consequentemente mais publicidade) pela promessa de interatividade, mantendo assim o atrelamento à mercantilização da mídia. Ainda assim, “é o webjornalismo em franca expansão que favorece a emergência do jornalismo cidadão, ou *open source journalism*, ou jornalismo de fonte aberta, ou seja, propenso/aberto a quaisquer indivíduos e grupos sociais para que externem opiniões sobre quaisquer temas”. (Targino, 2009, p. 58)

Isso pode indicar que a produção de notícias perca, em parte, o caráter que lhe foi atribuído de bem comercial, passando a ser sua produção e consumo livres e abertos a todos, como um recurso compartilhado e não como produto, o que caracterizaria, por exemplo, o modelo de jornalismo *open source*. (Brambilla, 2005).

Acontece que há ainda um grande desafio que precisa ser vencido, que é a revisão dos valores tradicionais das organizações de comunicação social, frente a

² Apesar deste trabalho ter por objetos de estudo dois sites, será usado o termo jornalismo cidadão, ao invés de webjornalismo participativo, por uma questão sistemática de análise, já que como ressalta Targino (2009, p. 57) “as concepções do webjornalismo em geral não são universais”. A autora aponta ainda alguns traços essenciais do webjornalismo que, via de regra, não estão presentes nos dois sites: personalizado, dinamicidade, busca pelo lucro.

³ Por jornalismo de referência entende-se aquele “exercido por empresas de comunicação de grande porte”. (Targino, 2009, p. 55)

inserção do público “leigo”. É um desafio difícil, diga-se, porque pretende resolver não só a questão da liberdade de expressão por um lado⁴, potencializada pelas mídias digitais e, principalmente, pelo acesso à rede, mas a questão também da credibilidade da notícia produzida nesses espaços abertos e de livre cooperação.

I.1 - O que é e para que serve o jornalismo?

Embora pareça audaciosa e, por vezes, até penosa, faz-se aqui necessária uma breve tentativa de definir o que é jornalismo⁵. De modo banal, mas nem por isso menos assertivo e importante, o jornalismo pode ser definido como uma maneira de informar e/ou se manter informado do que acontece no entorno, seja este entorno a nossa escola, o nosso bairro, nossa cidade, país ou o mundo.

A forma de jornalismo que hoje conhecemos teve seu início ainda no século XIX, mesmo século de surgimento da imprensa, considerada o primeiro *mass media*. O desenvolvimento da imprensa resultou na expansão do jornalismo e inclusive no surgimento da profissão de jornalista, com pessoas que passaram a se dedicar em tempo integral a atividade. É ainda no século XXI que ocorre uma importante mudança de paradigma no jornalismo, que deixa de ser um veículo de propaganda e passa a ter por objetivo a difusão de informação (Traquina, 2005b). Sob a vigência deste novo paradigma, o jornalismo adota valores que ainda hoje o definem: “as notícias, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço ao público”. (Traquina, 2005b, p. 34)

O jornalismo, quer seja o impresso, os noticiários radiofônicos ou televisivos, ou os portais, é por excelência local onde a população busca se informar dos acontecimentos recentes. Para Nelson Traquina, o jornalismo pode ser explicado pela resposta dada à uma pergunta cotidiana de muita gente: “o que é que aconteceu/está acontecendo no mundo?, no Timor?, no meu país?, na minha terra?” (Traquina, 2005a, p. 20)

Para Mar de Fontcuberta (1999, p.19) o jornalismo é “uma série de fatos atuais e imediatos que são narrados e difundidos pelos meios de comunicação”. Estes fatos

⁴ Embora os conceitos de liberdade de expressão e liberdade de imprensa surjam com a pretensão de garantir a liberdade de opinião e expressão frente as intromissões das instituições, Signates (2011), citando Venício de Lima, entende que são dois direitos distintos e que não se devem confundir. Para Lima (*apud* Signates 2011), “a liberdade de expressão está sempre referida à pessoa (indivíduo). Já a liberdade de imprensa aparece como ‘condição’ para a liberdade (Declaração de Virgínia) ou como uma liberdade da ‘sociedade’ equacionada com a imprensa e/ou os meios de comunicação.”

⁵ “Alguns argumentarão que é perigoso definir o jornalismo. Na sua opinião, fazê-lo é limitar o jornalismo[...] A verdade é que a resistência é[...] um impulso bastante recente e amplamente comercial” (Kovack e Rosenstiel, 2004)

ou acontecimentos⁶, como explica Fontcuberta, antes avaliados pelos historiadores passam a sê-los pelos meios de comunicação. Neste sentido e por ser a atualidade a essência do acontecimento jornalístico, o jornalismo seria então o responsável, em certa medida, pela “criação” ou “construção” da história recente.

Ou seja, o jornalismo é também uma maneira de contar a vida e de narrar acontecimentos através de notícias, tendo em conta que esta narrativa não ficcional é o principal produto do jornalismo. Ainda Fontcuberta (1999, p. 28-29) identifica quatro funções básicas atribuídas ao jornalismo: “informar (refletir a realidade); formar (interpretá-la); distrair (ocupar os tempos livres); [...] tematização, [...] mecanismo de formação da opinião pública”.

Se acima tentou-se encontrar pistas que pudessem esclarecer o que vem a ser o jornalismo é preciso, no entanto, tomar o cuidado de dizer que qualquer destas definições pode sofrer algumas mudanças, de acordo com o contexto sociocultural em que possam estar inseridas. Cabe ressaltar, então, que o jornalismo não pode ser definido pela tecnologia, pelo jornalista em si ou pelo conjunto de técnicas empregadas, mas sim pela função que ele desempenha na vida das pessoas, ou seja, sua finalidade. (Kovach e Rosenstiel, 2004).

Embora cada geração crie seu próprio jornalismo, de acordo com a necessidade e ferramentas disponíveis, o ideal comunitário e democrático do jornalismo de ampliar ou dar voz aos que precisam falar e de garantir a soberania das pessoas pela informação deve permanecer. Embora soe romântico, a finalidade do jornalismo, mesmo na era da sociedade em rede, continua a mesma, “[...]fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach e Rosenstiel, 2004, p. 16)

I.2 - Jornalismo cidadão: conceitos e práticas

Mas o que seria jornalismo cidadão? E onde ele entra no meio de tudo isso? No que ele difere do jornalismo cívico? E do jornalismo participativo ou do *open source*? Na bibliografia sobre o tema é difícil achar uma definição única para a prática que envolve a participação da audiência no jornalismo. Os autores costumam usar termos diferentes para se referir a tais práticas e, de acordo com alguma especificidade apontada por cada autor, as principais formas de chamar este tipo de jornalismo são:

⁶Especificamente do ponto de vista jornalístico, Rodrigues (1993) vê o acontecimento em função do seu maior ou menor grau de previsibilidade. Ou seja, um acontecimento de caráter especial, que se distingue da multiplicidade de outros acontecimentos por ser inversamente proporcional à probabilidade de ocorrer.

jornalismo cidadão, jornalismo cívico, jornalismo participativo, jornalismo colaborativo, jornalismo *open source* e jornalismo *grassroots*.

Embora cada nomenclatura tenha suas particularidades, fazendo com que sua definição sofra pequenas variações, em todas elas o principal é sempre a participação do cidadão, quer seja esta participação entendida enquanto interação com o jornalista na produção jornalística, quer seja ela entendida como produção exclusiva de cidadãos. É esta a essência das iniciativas, independente do termo usado.

Talvez uma das principais confusões se faz entre jornalismo cívico e jornalismo cidadão. O primeiro propõe um abandono do papel tradicional do jornalismo/jornalista de observador desligado para assumir o papel de ativista preocupado em melhorar a qualidade de vida da comunidade, ou seja, o jornalismo cívico prega que “o jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania (citizenship), melhorando o debate público e revendo a vida pública”. (Rosen, 1994, como citado em Traquina & Mesquita, 2003, p. 10). Para Merrit, as linhas definidoras do jornalismo cívico são:

- 1) ir para além da missão de dar as notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; 2) deixar para trás a noção do “observador desprendido” e assumir o papel de “participante justo”; 3) preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas; 4) conceber o público não como consumidores mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos. (Merrit, 1995, como citado em Traquina & Mesquita, 2003, p. 13)

Assim, umas das principais preocupações do jornalismo cívico⁷ é encorajar a participação dos cidadãos na vida pública, ouvindo-os através de sondagens de opinião, inquéritos, identificação de grupos, etc, de maneira a criar uma “agenda dos cidadãos”, e ajudar a solucionar alguns problemas.

Se no jornalismo cívico, mesmo com a participação dos cidadãos, os jornais mantêm o papel de mediador entre população e poder público, sendo o porta voz dos problemas e anseios da comunidade, no jornalismo cidadão a participação é direta, tendo o cidadão a possibilidade de fazer seu próprio jornal, *blog*, *site*, *podcast*, etc. Ou seja, participar ativamente não só da escolha dos temas, mas da produção e distribuição de conteúdo. O objetivo do jornalismo cidadão, em linhas gerais, é permitir ao cidadão comum difundir conteúdo noticioso, segundo a filosofia de

⁷ As primeiras experiências em jornalismo cívico aconteceram em 1988, no jornal Columbus Ledger Enquirer, no estado de Geórgia, e em 1990, no Wichita Eagle, com o projeto intitulado Voter Project.

publicação aberta, possibilitando a livre veiculação de informação, graças à conexão de um computador à internet⁸.

Para os jornalistas Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei, no livro *Jornalismo Cidadão: você faz a notícia* (2006), o jornalismo cidadão pressupõe a noção de comunidade, por isso, necessariamente prescinde de colaboração, participação e diversidade de pontos de vista. Esta definição, apontam os autores, substitui o formato de palestra, típico da comunicação de massas, onde uma pessoa fala para um público, pelo formato de conversa, possibilitado pelas novas tecnologias de comunicação e internet. Para eles, há ainda outras formas de também nomear este mesmo fenômeno. São elas (Foschini e Taddei, 2006, p. 19-20):

Jornalismo participativo – Ocorre, por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo. Dessa forma, leitores participam da notícia. Isso é mais frequente em blogs.

Jornalismo colaborativo - É usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores.

Jornalismo open source - Surgiu para definir um estilo de jornalismo feito em sites *wiki*, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página. Também pertencem a esse grupo vídeos, fotos, sons e textos distribuídos na rede com licença para serem alterados e retrabalhados.

Jornalismo *grassroots* - Refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Quando elas passam a divulgar as próprias notícias, causam um feito poderoso no mundo da comunicação. Quem usa esse termo defende a ideia de que o jornalismo cidadão está diretamente relacionado à inclusão dessas camadas no universo criado pelas novas tecnologias de comunicação.

Gillmor (2005), no entanto, defende que são todos sinônimos no que toca à ideia de que o Jornalismo é uma prática comunitária, feita para as pessoas e pelas pessoas. Nesta pesquisa será usado o termo jornalismo cidadão, por ser o termo que mais se aproxima da ideia de um jornalismo feito (da produção à distribuição) por

⁸ É importante ressaltar que “os recursos da web popularizaram o movimento do jornalismo cidadão, mas isso não significa que ele só exista no ambiente virtual. Um fanzine ou um vídeo caseiro também são bons exemplos. O que a internet faz é distribuir esse conteúdo para um universo muito mais amplo de leitores.” (Foschini e Taddei, 2006, p. 18) . Além do quê, “transformar todo cidadão em jornalista não é uma aspiração nova, apesar da novidade do conceito: perde-se na memória a origem da confusão entre o exercício do jornalismo e a defesa da liberdade de expressão” (Moretzsohn, 2006, p.74)

peças sem formação na área ou experiência profissional (Targino, 2009) e por entender que esta nomenclatura acaba por englobar, em maior ou menor grau, as outras citadas anteriormente (Traquina e Mesquita, 2003).

Um exemplo prático para demonstrar o funcionamento dos princípios do jornalismo cidadão, é o que aconteceu com a cobertura noticiosa e divulgação de informação, quando da explosão das torres do World Trade Center, em 2001:

Graças as cadeias de televisão[...] os consumidores de notícias ficaram sabendo o que acontecera. Depois, através das publicações escritas e de comentadores bem informados[...], ficámos a saber bastantes pormenores acerca do *como* e do *porquê*.[...] Contudo, desta vez, estava a acontecer mais qualquer coisa, algo profundo: as notícias estavam a ser produzidas por pessoas comuns, que tinham pormenores a relatar e imagens para mostrar, e não apenas pelas agências de notícias <<oficiosas>> que, tradicionalmente, costumavam produzir a primeira versão da história. Desta vez, o primeiro esboço, estava a ser escrito, em parte, por aqueles a quem as notícias se destinavam. Uma situação tornada possível – era inevitável – pelas novas ferramentas de comunicação disponíveis na Internet. Por entre o pavor daquelas horas e dias, surgiu uma nova forma de relatar os acontecimentos. Através do email, das listas de correio electrónico, dos grupos de diálogo, dos jornais pessoais na Web – tudo fontes não habituais de notícias – conseguimos obter um conjunto de factos e circunstâncias que os grandes meios de comunicação americanos ou não queriam, ou não podia, fornecer. Estávamos a assistir, e em muitos casos como forma activa, ao futuro da comunicação. (Gillmor, 2005, p.12).

Pecquerie e Kilman também apontam alguns acontecimentos, que marcaram o início da prática do jornalismo cidadão e sua absorção pelos meios tradicionais:

- 1) Durante o ataque feito por um aluno armado na Universidade Politécnica de Virgínia (Virginia Tech), nos Estados Unidos, as principais emissoras, inclusive a CNN, com frequência abriam os programas de rádio e televisão diretamente para blogs de alunos e outros relatos de testemunhas oculares, produzindo uma rapidez na cobertura que seria impensável por meio de outras fontes.
- 2) Cada vez mais blogueiros são convidados a sentar-se em lugares reservados à mídia em uma variedade de eventos relacionados com notícias. Cerca de 10% das pessoas na lista da imprensa para a Semana de Moda de Nova York de 2009 eram blogueiros.
- 3) O criador do reality show Big Brother, Endemol, começou a apresentar diariamente na Holanda noticiários para a TV com material

gerado por usuários. Os cidadãos-repórteres apresentam vídeos de notícias compilados no noticiário IK OP TV (Eu na TV).

4) Em Pune, Índia, o Grupo Sakaal de jornais criou um "suplemento do cidadão" semanal inteiramente escrito por leitores. "As pessoas querem notícias positivas e coisas positivas para ler," disse o subeditor, Deendayal Vaidya. "Elas já estão presas à própria vida e às crises. Querem ser encorajadas", reiterou. Quase mil leitores, a maioria dos quais nunca publicou antes, escreveram para o suplemento.

5) O influente diário francês Le Monde está fornecendo blogues para seus assinantes. Entre outras coisas, o jornal incentiva os leitores a manter diários eletrônicos sobre suas viagens, o melhor dos quais pode ser acessado por meio das páginas de viagens do site do jornal.

6) No Chile, o tablóide nacional Las Ultimas Noticias (As Últimas Notícias) teve um crescimento de 30% em sua circulação depois que os editores começaram a verificar quais histórias eram as mais lidas em seu site e em seguida usavam a informação, parcialmente, para determinar que matérias seriam impressas. Embora isso não seja conteúdo produzido pelo usuário, mostra como os usuários influenciam cada vez mais as escolhas editoriais da mídia sobre o conteúdo. (2007, p. 10).

Para além da incorporação de conteúdos produzidos pelo público, um dos maiores exemplos de jornalismo cidadão é o site OhmyNews, lançado em 2000, na Coreia do Sul, pelo jornalista Oh Yeon Ho. Com o slogan "cada cidadão é um repórter", o site se dedica a publicar notícias locais produzidas por qualquer indivíduo, mas que são avaliadas, editadas e publicadas por uma equipe de 50 jornalistas.⁹ O site cresceu de maneira espantosa e ganhou cada vez mais credibilidade, tendo inclusive sido escolhido, em lugar dos três maiores jornais sul-coreanos, para veicular a primeira entrevista de Roh Moo Hyun, presidente eleito da Coreia em 2003. Em 2005 o OhmyNews já era um dos sites jornalísticos de maior influência na Coreia do Sul e conseguia atrair mais de 1 milhão de visitantes diariamente. Para publicar no OhmyNews era necessário preencher um formulário de publicação, onde o autor podia dar indicações de edição e, necessariamente, aceitar o código de ética do site. (Brambilla, 2005)

Embora tenha surgido como uma alternativa de fazer ecoar novas vozes a narrar os acontecimentos, vozes que estivessem longe de barreiras burocráticas, mercadológicas e editoriais dos *mass media*, o Jornalismo cidadão não necessariamente deve ser encarado como um concorrente do jornalismo tradicional

⁹ Moretzsohn (2006) alerta para os riscos da falta de mediação profissional, como a perda de credibilidade e a falsa ideia de que, uma vez não havendo mediação, a voz ouvida é genuinamente a voz do "povo".

(Foschini e Taddei, 2006). O que se prevê é na verdade uma remodelação e readaptação do jornalismo perante as novas tecnologias. Se antes a mídia tradicional abria espaços limitados para a participação do público, hoje, ao adotar a prática do jornalismo cidadão na web, este espaço foi alargado, tornando o jornalismo um pouco mais democrático e estreitando a relação jornal/público. No mais básico dos seus aspectos, o jornalismo cidadão aparece na verdade como um aliado do jornalismo tradicional. (Gillmor, 2005)

I.3 - O conceito de notícia e a verdade nas notícias produzidas pelos cidadãos

Graças a possibilidade de que qualquer pessoa possa se tornar um potencial produtor de notícias, existe hoje, na rede, um turbilhão imenso de informação, que as fontes tradicionais de notícia já não conseguem controlar. Mesmo não sendo necessariamente verdade, algumas informações acabam ganhando força e tornando as comunicações modernas, em certo sentido, numa fábrica de boatos¹⁰. De encontro a isto, ao ter maior acesso aos meios de comunicação, o público virou um tipo de monitor da verdade¹¹.

O cidadão jornalista que, mesmo sem ter necessariamente formação ou experiência na área produz e divulga informação, por exemplo, em um *blog*, responde o que para Gillmor (2005) seria uma das mais importantes questões de uma democracia e um dos melhores avanços da mídia nos últimos tempos, que é a oportunidade que as pessoas tem de falar, mesmo que para uns poucos. Evocando a Primeira Emenda da constituição norte americana, o autor defende a liberdade que todos (nos EUA, nesse caso específico) tem de, em termos gerais, escrever e divulgar informação em *blogs* ou afins sem sofrer consequências.

É preciso, no entanto, saber que contradições, confusões e múltiplos pontos de vista são esperados durante os momentos de transição, em que um paradigma midiático está morrendo e outro nascendo (Jenkins, 2015). Uma destas confusões encontra-se logo no fato de saber até que ponto são credíveis as notícias produzidas e divulgadas por amadores (Targino, 2009).

¹⁰ Esse fenômeno não é exclusividade do jornalismo cidadão. Como apontou Fonseca (2002) na sociedade em rede existe a ilusão de quanto maior a quantidade de informação maior a probabilidade de se conhecer a verdade.

¹¹ “O cidadão monitor envolve-se mais com a vigilância do ambiente do que com a acumulação de informação. Imagine pais observando os filhos pequenos na piscina comunitária. Eles não estão acumulando informação; estão de olho na cena. Parecem inativos, mas estão prontos para entrar em ação, caso necessário. O cidadão monitor não é um cidadão ausente, mas observador, mesmo quando está ocupado com outras coisas” (Jenkins, 2009, p. 315)

Sobre o quão credível é uma informação divulgada em um *blog* ou *site*, Gilmor admite que ser jornalista envolve um certo número de práticas e alerta aos mais entusiasmados que “Quando me deparo com qualquer coisa, ou ouço falar de algo que mereça ser dado a conhecer aos meus leitores, verifico o que se passa, ou pergunto a pessoas credíveis[...] ou vou directo à fonte”. (Gilmor, 2005, p. 188). Já para os utentes de informação online, ele alerta, com certa ingenuidade talvez, que é preciso “de criar filtros[...], encarar a informação da internet com os devidos cuidados[...], confirmar a validade do que veem”. (*ibidem*)

Neste tópico do trabalho, dois conceitos são especificamente fundamentais para entender um pouco dessas contradições e confusões ampliadas pela prática do jornalismo cidadão em rede: notícia e verdade.

Na década de 1970 a socióloga americana Gaye Tuchman escreveu, no seu livro “*Making News: a study in the construction of reality*”, que a notícia é um método institucional para fazer com que a informação esteja disponível aos consumidores, é uma aliada das instituições legitimadas e que é localizada, recolhida e disseminada por profissionais que trabalham em organizações.

Mesmo que desde a década de 1970 até os dias de hoje, com o surgimento de novas tecnologias, muitas coisas tenham mudado no processo de produção jornalística¹², e mesmo que o jornalismo, como considera Neveu (2005) não se limite a fornecer notícias, mas também a ajudar a organizar a complexidade do mundo, a notícia ainda pode ser considerada a essência do jornalismo. (Targino, 2009). Isso significa que estudar as teorias do jornalismo quer dizer, em grande medida, estudar as teorias da própria notícia. Além do mais, tais teorias são um recurso fundamental para embasar a discussão sobre os conceitos de verdade e credibilidade no jornalismo.

Antes de mais, não sendo a notícia o único gênero jornalístico, e nem tampouco o único informativo, cabe aqui uma breve categorização e conceptualização de tais gêneros¹³. Del Rey (1988, como citado em Fontcuberta 1999) entende-os como uma espécie de rede que os profissionais do jornalismo lançam no mundo afim de apreendê-lo. Para este autor, os gêneros jornalísticos existem para garantir ordem e harmonia ao material informativo frente a complexidade dos acontecimentos diários: “[...] a realidade não nos dá um editorial, uma crônica, uma notícia ou uma reportagem. A realidade é mais modesta e limita-se a estar por aí, com os diferentes

¹² Principalmente ao compararmos o jornalismo tradicional praticado nas redações, em que Tuchman baseou seu estudo, com o jornalismo cidadão praticado em rede. Para Bowman e Willis (2003) a principal diferença entre ambos está justamente na sua estrutura e organização.

¹³ Chama-se gênero jornalístico às categorias que servem de base para a construção da mensagem jornalística e que auxiliam na racionalização, interpretação e narração do cotidiano. (Fontcuberta, 1999)

discursos sociais e acontecimentos que produz”. (Del Rey, 1988 como citado em Fontcuberta, 199, p. 116)

Para Cascais (2001), os diferentes gêneros jornalísticos correspondem a diferentes formas de produção informativa, que dependem da linha editorial de cada órgão, natureza do acontecimento, recursos técnicos e humanos, etc. Para ele a noção de gêneros é mais operativa que teórica, servindo para organizar a seleção de temas bem como o espaço/tempo dos órgãos de comunicação, de acordo com as rotinas de trabalho dos jornalistas. Embora admita a dificuldade em delimitar os gêneros jornalísticos, bem como o possível aprisionamento do tratamento da realidade em fórmulas preexistentes, Cascais considera que:

Os gêneros podem subdividir-se em informativos e opinativos, de acordo com o seu objetivo prioritário. No primeiro grupo estão a notícia, a reportagem, a entrevista, entre outros. No segundo, o editorial, o artigo de opinião, a crônica, a crítica, etc. (2001, p. 98)

Já Fontcuberta (1999) afirma que apesar das várias subdivisões dos vários autores, os gêneros jornalísticos são, fundamentalmente, a notícia, a reportagem, crônica e artigo ou comentário.

A notícia informa sobre um facto novo, com eficácia em tempo e espaço.[...] A reportagem[...] oferece mais informação do que a notícias[...]. Introduz o público no relato dos factos, implica-o como se estivesse presente. A crônica[...] relata o que acontece ao longo do tempo (crônica local) ou sobre um tema (crônica desportiva, social, etc.). [...]o comentário e suas variantes (artigo, editorial)distancia-se dos factos, para os analisar e avaliar. (Fontcuberta, 1999, p. 81)

Mesmo sabendo que dificilmente algum blog ou site de jornalismo cidadão, vai se encaixar, estritamente, em algum dos gêneros citados acima, se partirmos do ponto de vista que estes conteúdos são fundamentalmente produzidos com o objetivo de informar, seremos levados à subdivisão dos gêneros informativos. Isto nos permite, depois de feito o breve preambulo, que voltemos a discussão sobre as notícias.

Embora aparentemente simples, definir o que é e qual a função social da notícia é ainda, e talvez cada vez mais, bastante complexo. Não é de se espantar então que por mais de cinquenta anos tenham sido desenvolvidos diversos estudos que oferecem diversas explicações. (Ver Traquina, 2005, Targino, 2009, Wolf, 1995, etc). É justamente por isso que o conceito de notícias admite diversas definições, mas mesmo assim, quase todas apontam para estruturas básicas que veremos em seguida. Ou seja, para entender melhor o conceito de notícia é preciso o esforço de conciliar diferentes explicações.

Como dito anteriormente, estudar as teorias da notícia acaba por ser, inevitavelmente, estudar as teorias do jornalismo. Mesmo não sendo o cerne deste tópico iremos sistematizar as principais teorias do jornalismo e suas definições. Tal qual nas notícias, as teorias do jornalismo, ou dos diversos jornalismo que hoje existem (Neveu, 2005), são várias e, com certa frequência, se cruzam entre si.

Teoria do espelho

A mais antiga teoria, mas ainda hoje usada por alguns órgãos e profissionais. Na teoria do espelho a notícia é entendida como uma mera representação da realidade, um espelho que reflete a realidade da sociedade. Ou seja, além de ser uma teoria que dá uma interpretação simplista do que é jornalismo, a teoria do espelho entende o jornalista como um comunicador desinteressado e totalmente passivo, cujo único interesse e preocupação é não se deixar desviar da sua missão de informar e contar a verdade, doa a quem doer.

Teoria da ação pessoal

A primeira a ser estudada na literatura acadêmica, a Teoria da ação pessoal ou teoria do *gatekeeper*¹⁴, é uma das mais prolíferas nos estudos sobre jornalismo e notícia. Esta teoria é focada na figura do *gatekeeper*, termo introduzido em um artigo de 1947, do psicólogo Kurt Lewin. Da junção do inglês *gate* = portão e *keeper* = gauradião, que em tradução literal significa porteiro, o responsável pelo controle de quem entra e sai, no sentido informacional, os *gatekeepers* são os que controlam o fluxo de informação.

Mas especificamente nos estudos sobre jornalismo, esta teoria dá conta da escolha desta ou daquela notícia pelo *gatekeeper*, ou seja, o jornalista, que funciona aqui como uma espécie de porteiro que decide quem passa pelo portão e quem fica do lado de fora. Quer dizer, qual notícia será publicada e qual irá “morrer”. Ou seja, diferentemente da anterior, as notícias aqui são entendidas como um produto da subjetividade do jornalista, um produto das pessoas e suas ações.

Mesmo assim é ainda uma teoria limitada e micro sociológica, que analisa as notícias a nível individual, focando apenas em quem as produz e ignorando que o jornalista exerce sua “liberdade” de escolha dentro de um contexto de organizações jornalísticas e normas profissionais.

¹⁴ A teoria do *gatekeeper* foi apresentada por David Manning White, na década de 1950, e é considerada pioneira entre os estudos formais sobre as empresas de comunicação e suas formas de produção. O objetivo do estudo, segundo White, era examinar de que maneira os *gatekeepers* operavam seus “portões”.

Teoria organizacional

Se na teoria acima uma das principais críticas é a exclusividade individual no processo produtivo jornalístico, a teoria organizacional, por sua vez, explica as notícias através dos contextos organizacionais em que são produzidas. Proposta pelo sociólogo norte americano Warren Breed, em 1955, a teoria organizacional privilegia a cultura organizacional em detrimento da cultura profissional. Em outras palavras, ao invés de se guiar pelos códigos e padrões que regulam a atividade profissional, o jornalista guia o seu trabalho pelos ideais e valores da empresa, e toma por base de seu discurso produtivo os discursos dos proprietários.

A teoria organizacional reconhece que as pressões organizacionais (leia-se política editorial e estrutura hierárquica) são mais fortes e mais decisivas na atividade profissional do jornalista, do que qualquer crença pessoal que este venha a ter.

Teorias de ação política

Mais abrangente e complexa, a teoria da ação política assume um ponto de vista macrossociológico, que vai além do nível individual/profissional e organizacional, para analisar o jornalismo através da inter-relação deste com a sociedade.

Surgida nos EUA, na década de 1970 e em meio às mudanças sociais e políticas, esta teoria estuda o jornalismo e as suas implicações políticas e sociais, o papel social das notícias e a capacidade do *quarto poder* em responder às expectativas em si depositadas. Na essência desta teoria encontra-se os media noticiosos como sendo um instrumento de poder, usado de acordo com os interesses governamentais e políticos, inclusive dos próprios jornalistas. Ou seja, aqui entende-se: por um lado o jornalismo como sendo produto da falta de autonomia profissional e do atrelamento da imprensa ao poder; e por outro, como sendo um instrumento de propagação das convicções ideológicas dos próprios jornalistas.

Na teoria da ação política é onde surge com mais força o estudo da parcialidade e do seu oposto, a objetividade, já que a notícia aqui é quase sempre vista como produto de “distorções” políticas e de interesses definidos.

Teoria Construcionista

Indo de encontro a todas as outras anteriores, a teoria construcionista não vê as notícias como um mero espelho da realidade, nem como uma “distorção” ideológica e política. Embora entenda as notícias como uma construção afetada por aspectos pessoais, organizacionais e político-sociais, nenhum destes é predominante no processo produtivo das notícias, mas a soma de todos os fatores.

A notícia na teoria construcionista não é um relato, mas uma construção, ou uma realidade construída por meio de um contar histórias, no sentido narrativo, que faz uso de diversos artefatos linguísticos e discursivos não-ficcionais. Isso significa que nesta teoria a notícia é entendida como modalidade cultural. Isso faz, no entanto, que diversos profissionais jornalistas recusem tal teoria, com a acusação de que ela rebaixa a notícia ao mero ato de contar histórias, a algo sem valor.

Teoria estruturalista

Bem parecida com a teoria da ação política, a teoria estruturalista reconhece o papel dos mídia (principalmente os noticiosos) na perpetuação da ideologia dominante. Essa linha teórica entende os mass media como disseminadores de notícias ditadas por grandes empresas, com a intenção de assim manter o status quo. A teoria estruturalista, sendo uma teoria também macrossociológica, reconhece que as notícias são um produto social resultante da soma de diversos fatores, mas admitem uma certa autonomia dos jornalistas frente aos controles político e econômico.

Para os autores destas teorias, alguns dos fatores de condicionam o processo de construção das notícias são: “a estrutura burocrática dos media, a autonomia consentida/limitada dos jornalistas e meios, a estrutura dos valores-notícia podendo tudo o que parece fora dos padrões e, sobretudo, o momento de produção da notícia” (Targino, 2009, p. 137). Por isso, para eles, o processo de construção das notícias reforça o caráter consensual da sociedade.

Teoria Interacionista

Também envolvendo uma série de elementos de contexto, a teoria interacionista observa a construção das notícias através da interação e influência mútua desses elementos. As notícias seriam, portanto, o resultado das relações de percepção, seleção e transmutação dos acontecimentos (matéria-prima) em notícia (produto).

Além disso, é na teoria interacionista que se ressaltam os estudos dos critérios de noticiabilidade (Wolf, 1995) de um acontecimento, ou valores notícia, imbricados em fatores como questões organizacionais, valores socioculturais, rotinas produtivas, negociação entre jornalista e fontes, e até mesmo a questão do tempo, na pressão pela hora do fechamento.

Como visto acima são várias as teorias que tentam dar conta dos processos produtivos das notícias, os seus contextos e as implicações destes processos no produto final. Tais teorias se esforçam em entender quais os caminhos que levam as notícias a serem como são e quais elementos influem nisso, levando em consideração

aspectos políticos, culturais e organizacionais. Mas ainda é preciso saber o que pode ser ou não noticiado: o que faz com determinados acontecimentos ganhem o “status” de notícia? O que leva um acontecimento a ser noticiado em detrimento de outro?

É justamente desses questionamentos que se ocupa a hipótese¹⁵ do *newsmaking*, que tem como ponto central a conexão entre duas abordagens: a da cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho; e dos processos produtivos. (Wolf, 1995)

Tuchman (como citado em Wolf, 1995, p. 169), em linhas gerais, dá indicações sobre as obrigações de um órgão de comunicação para a produção de notícias e, para já, algumas pistas sobre os critérios de noticiabilidade:

1- [...] Tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável; 2- devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada facto ocorrido a um tratamento indiossincrásico; 3 – devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si.

Em outras palavras, pode-se dizer que a noticiabilidade é um conjunto de critérios que ajudam os órgãos de comunicação a selecionar, entre uma quantidade imprevisível e indefinida de fatos, aquilo vai se tornar uma quantidade limitada de notícias, do ponto de vista da estrutura do trabalho em cada órgão de comunicação e do ponto de vista do jornalista. (Wolf, 1995).

Nesse sentido, entendendo a noticiabilidade como o conjunto de elementos que diz quais e quantos acontecimentos serão notícia, os valores-notícia (*News value*) podem ser definidos como uma componente da noticiabilidade. “Os valores-notícia derivam de pressupostos ou considerações relativas: a. às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; b. à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c. ao público; d. à concorrência”. (Wolf, 1995, p. 179)

Foi ainda Mauro Wolf, percebendo que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística (quer seja na escolha dos fatos, quer seja na construção da notícia), quem estabeleceu a distinção entre valores-notícia de

¹⁵ “Usualmente, em compêndios didáticos da área, é designado pela expressão hipótese do *newsmaking*, com a justificativa de que é um risco empregar a palavra teoria, por não se configurar como sistema fechado”. (Targino, 2009, 146)

seleção e os valores-notícia de construção. Abaixo segue uma quadro-síntese desses valores (Wolf, 1995; Traquina, 2005b):

Tabela 1

Síntese dos Valores-notícia

Valores-notícia		
Valores-notícia de seleção		
Substantivos	Contextuais	
Morte	Notabilidade	Disponibilidade
Notoriedade	Inesperado	Equilíbrio
Proximidade	Conflito	Visualidade
Relevância	Infração	Concorrência
Novidade	Escândalo	Dia noticioso
Tempo		
Valores-notícia de construção		
Simplificação	Relevância	Dramatização
Amplificação	Personalização	Consonância

Fonte: *Jornalismo Cidadão: Informa ou Deforma?* Maria das Graças Targino, 2009. P. 151

Valores-notícia de seleção

Estão divididos em dois subgrupos: a. os critérios substantivos, que designam a avaliação direta dos acontecimentos quanto a sua importância e relevância para virar notícia; b. os critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. (Traquina, 2005b)

Valores-notícia de seleção – critérios substantivos

-**Morte**: o interesse causado pela morte na mente humana tem causas psicológicas que não cabem serem aqui discutidas, mas é inegável o apelo que tem no público qualquer notícia sobre catástrofes, guerras e crimes que envolvam vítimas fatais. A morte é um valor-notícia fundamental e universal, quer seja na imprensa escrita, falada, televisionada, sites e blogs, de grande, médio ou pequeno porte, o que explica o negativismo no mundo jornalístico. “Onde há morte, há jornalistas.” (Traquina, 2005b, p. 79).

-**Notoriedade**: se seguirmos a lógica do critério acima, poderíamos dizer que qualquer um de nós um dia seremos notícia. Isso é bem possível, mas vai depender diretamente de outro valor-notícia muito importante, a notoriedade. O que um governante faz (presidente, governador, etc.) pode ser importante talvez não pela ação em si, mas pelo fato do próprio governante ser importante. E isso pode ser aplicado para o mundo dos esportes, da música, do cinema, ou até mesmo das classes sociais. Segundo Galtug e Ruge (como citado em Traquina, 2005b, p. 80) “quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas de elite, mais provavelmente será transformado em notícia”.

-Proximidade: a proximidade é outro valor notícia fundamental no jornalismo, não só a proximidade geográfica, mas principalmente a proximidade cultural. O espaço virtual e as tecnologias de informação e comunicação hoje exercem pesada influência neste valor-notícia, graças a possibilidade de facilmente vencer limites territoriais e incorporar valores culturais e sociais.

-Relevância: A importância do acontecimento e seu impacto sobre a vida das pessoas constitui fator determinante para que este venha a ser noticiado. O valor-notícia relevância corresponde, por tanto, a uma preocupação de informar sobre acontecimentos que possam incidir ou afetar de alguma maneira as pessoas, o país, ou a nação. (Traquina, 2005b).

Novidade: Este valor-notícia é talvez um dos mais intrínsecos às notícias, fazendo, inclusive, parte da definição destas. Aquilo que é inusitado, extraordinário, inesperado, novo, sempre constitui a base que torna um acontecimento possível de ser noticiado. Daí o interesse da comunidade jornalística pelo “furo”. Também, no sentido mais específico de propagação de informação e conhecimento, este valor-notícia corresponde à aspecto jornalístico de divulgar inovações, o que legitima, por exemplo, notícias sobre novos modelos de carros, telefones celulares, etc. (Targino, 2009)

Tempo: O tempo é um valor-notícia sobre diferentes aspectos (Traquina, 2005b). Primeiro no sentido de atual, de recente, em sintonia direta com a novidade. Segundo, como sendo um mecanismo de contextualização dos acontecimentos, aproveitando o momento da notícia já publicada, para incidir em outros aspectos desta. Por exemplo, o impeachment de Dilma Rousseff no Brasil, que deu origem a matérias sobre como funciona o processo, quem vota, etc. Em terceiro, o tempo como valor-notícia que justifica noticiários sobre Dia do Meio Ambiente, Dia das Mães, Natal, etc. (Datas, aliás, em grande parte legitimadas pela própria mídia). Ainda neste aspecto, o valor-notícia aparece como justificativa para noticiar aniversários de notícias passadas, mas marcantes. Por fim, o tempo no sentido extensivo, com noticiários sobre um mesmo tema por semanas, ou até meses.

Notabilidade: ou seja, aquilo que pode ser facilmente notado, percebido, explicitado. A notabilidade diz respeito à qualidade que o acontecimento tem de ser tangível, ao seu apelo de visível. Traquina (2005) exemplifica muito bem quando, se valendo de Lippman, diz que uma greve de operários é facilmente tornada notícia, porque é tangível, enquanto que as condições de trabalho, a monotonia do trabalho, dificilmente serão notícia porque não possuem um valor palpável, digamos. O autor ainda alerta que esse valor-notícia é consequência de o campo jornalístico ser mais voltado para o acontecimento ao invés da problemática. A notabilidade comporta diversos registros: a quantidade de pessoas envolvidas e possível notoriedade dessas

pessoas; inversão; insólito; falhas humanas e técnicas; excesso ou escassez, ou seja, situações extremas.

Inesperado: É o valor-notícia do que surpreende, do inimaginável, que excede as expectativas. Um mega acontecimento que quebra a rotina nas redações.

Conflito/controvérsia: o embate físico ou verbal, principalmente entre personagens notáveis, é um valor-notícia importante. Se o embate vier acompanhado de agressão física de fato, tanto maior o seu valor e possibilidade de ser noticiado. Para Traquina (2005b) este valor-notícia se aplica principalmente ao campo da política, por representar a quebra do normal nesse tipo de ambiente.

Infração: é o equivalente ao ilegal, à transgressão das regras. Nesse sentido, Traquina (2005b) ressalta este valor-notícia como auxílio para que possamos entender o crime, que por si só deveria ser considerado infração, e “digno” de virar notícia. Para o autor, o crime hoje em dia é percebido como algo rotineiro pela mídia, tendo, no entanto, por vezes aspectos que transgridem a “fronteira normativa”, o que explica a cobertura noticiosa dos pormenores, dando mais atenção aos aspectos mais dramáticos do crime. Um crime mais violento, com agressões ou seguido de morte, por exemplo, tem muito mais possibilidade de virar notícia do que um simples furto.

-Escândalo: um dos alicerces da comunidade jornalística, o último valor-notícia de seleção substantivo, corresponde ao acontecimento capaz de abalar a opinião pública e que vai além do vergonhoso, do indecente, causando desordem e tumulto social. Traquina cita como exemplo deste valor-notícia o caso *Watergate*, mas também podemos citar mais uma vez os escândalos políticos no Brasil, como as acusações de corrupção infringidas ao ex-presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva.

Valores-notícia de seleção – critérios contextuais

Diferentemente dos critérios substantivos, que fazem referência ao acontecimento em si e às suas características, os critérios contextuais, como o nome sugere, dizem respeito ao contexto de produção da notícia. (Wolf, 1995)

-Disponibilidade: o primeiro valor-notícia deste subgrupo é referente à facilidade com que se pode fazer a cobertura de determinado acontecimento. Isso envolve saber os recursos requeridos para a cobertura (pessoal, deslocação, etc.) e quais os custos desses recursos, para que a empresa jornalística possa decidir se o acontecimento vale a pena o dispêndio a fim de se noticiável. É, mais uma vez, uma maneira de decidir as prioridades frente ao número ilimitado de acontecimentos diários.

-**Equilíbrio:** este valor-notícia tem a ver com a quantidade de notícias veiculadas sobre determinado acontecimento ou assunto. Com base no número de vezes e de órgãos diferentes em que a notícia foi divulgada, a empresa ou o jornalista pode decidir se o acontecimento tem valor-notícia ou não. É, na verdade, quase uma questão de bom senso, que faz com que a notícia não seja repetida várias vezes pelo mesmo órgão, ou por outros, garantindo equilíbrio e moderação nos jornais.

-**Visualidade:** de grande importância principalmente no jornalismo televisivo, este é o valor-notícia correspondente ao material visual vinculado ao acontecimento (áudio visual ou foto). Matérias com fotos de qualidade quase sempre chamam atenção dos leitores de jornais impressos, da mesma maneira que para ser noticiado na TV um acontecimento precisa necessariamente de boas imagens. Com as novas mídias digitais este valor-notícia ganha cada vez mais força.

- **Concorrência:** Todas as empresas jornalísticas são concorrentes entre si. Mas quando o objetivo de uma empresa jornalística passa a ser o de obter lucro, as estratégias de concorrência acabam por eleger concorrentes em potencial, de maneira a “neutralizar” ou chegar na frente daqueles que possuem a mesma linha editorial, ou a mesma faixa de público. Concorrência, então, é mais do que competição ou rivalidade, é, na verdade, uma disputa entre as empresas jornalísticas pela preferência dos leitores no mercado. (Targino, 2009)

-**Dia Noticioso:** o último valor-notícia deste subgrupo explica porque, por exemplo, alguns acontecimentos que dificilmente se tornariam notícias, acabam sendo publicados nos jornais. Isso acontece, segundo Traquina (2005b), graças ao dia noticioso: há dias que são ricos em acontecimentos com valor-notícia, e dias que são pobres em acontecimentos com valor-notícia. Traquina aponta, por exemplo, o mês de agosto em Portugal, quando a maioria das fontes habituais está de férias, dando brecha para o que o autor chama de “silly season”, ou Temporada da Bobagem.

Valores-notícia de construção

São os valores referentes à produção da notícia, ou a seleção de elementos do acontecimento que serão incluídos na notícia.

-**Simplificação:** é capacidade de o jornalista redigir a notícia da maneira mais direta e menos ambígua possível. O jornalista tem a obrigação de, na escrita, reduzir ao máximo a complexidade do acontecimento, de modo a facilitar a compreensão da notícia. Quanto mais simples for a notícia, mais ela terá possibilidade de ser entendida. Às vezes pode se tornar um desafio transformar acontecimentos complexos em notícias

simples, sendo nesses casos, até permitido o uso de clichês e frases feitas. (Traquina, 2005b)

-Ampliação: consiste basicamente na ampliação do acontecimento, ou quase generalização de modo a criar maior impacto e comoção social com a notícia, e assim, mais abrangência de público. Nelson Traquina (2005b) nos dá dois ótimos exemplos que ilustram este valor-notícia: “Brasil chora a morte de [Ayrton] Senna” e/ou “América chora a morte de Nixon”. Targino (2009) alerta, no entanto, que é preciso que o jornalista tenha cuidado de não cair no mero sensacionalismo.

-Relevância: um dos valores-notícias mais importantes e também um dos mais difíceis a ser cumprido, a relevância diz respeito a capacidade que a notícia deve ter de ser relevante para a população. Por mais importante que seja o acontecimento, compete, entretanto, ao jornalista torna-lo relevante para as pessoas na construção da notícia. Não basta, por exemplo, noticiar as mudanças nas leis trabalhistas no Brasil. É preciso colocar, na construção do texto, de que maneira essas mudanças vão afetar a população trabalhadora. Quanto mais “sentido” fizer, mais a notícia será notada.

-Personalização: por personalização entende-se valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento e acentuar o fator “pessoa”. (Traquina, 2005b). Em outras palavras é personificar a notícia para conseguir maior repercussão, como base no entendimento de que as pessoas se interessam por outras pessoas, pelo que elas fazem, ou pelo que acontece com elas (aliás, este valor-notícia tem quase sempre uma relação direta com a notoriedade).

-Dramatização: valor-notícia referente a capacidade que o jornalista tem de tornar a notícia mais atraente, dando maior relevância aos aspectos emocionais, conflituais e críticos. Por outro lado, dramatização também pode se referir a fazer drama, o que por vezes acaba caindo no sensacionalismo.

-Consonância: é a inserção da novidade, da notícia, num contexto já conhecido. Ou seja, a notícia deve ser inserida e interpretada numa “narrativa” já conhecida e estabelecida, que corresponda as expectativas do receptor. O acontecimento tem maior chances de ser noticiado e absorvido quanto maior for sua inserção, na hora da escrita, em um contexto já conhecido pelo público.

Ainda que diversas e partindo de diferentes pontos de vista, em quase todas (senão em todas) as teorias acima explanadas perpassam algumas questões em comum. Pontos como realidade, veracidade, distorção, parcialidade e objetividade estão presentes tanto nas teorias do jornalismo quanto, mesmo que implicitamente, nas análises dos valores-notícia.

A objetividade, por exemplo, é ainda hoje um dos mais caros e mais discutidos elementos do jornalismo e pode ser definida brevemente¹⁶ como um método consistente que ajude os jornalistas a testar a informação. Para Traquina (2005a) a legitimidade e credibilidade dos jornalistas está ligada à crença social de que as notícias refletem a realidade, daí a importância que assume o conceito de objetividade, fazendo crer que os jornalistas são imparciais, sendo fiéis reprodutores do acontecimento através da notícia.

Hoje tido erroneamente como negação da subjetividade (Traquina, 2005a), o conceito de objetividade tem sido muito mal interpretado, inclusive pela própria comunidade jornalística. Apresentada como a reprodução da realidade, ou a busca desinteressada da verdade (um dos primeiros princípios do jornalismo), a objetividade pressupõe que o jornalista deve limitar-se apenas em relatar a exatidão dos fatos. No entanto, a tal verdade jornalística ultrapassa o rigor da exatidão e surge justamente de um processo de seleção e construção, baseados na relação entre jornalistas e público (vide as teorias explicitadas acima). “É isso que o jornalismo procura, uma forma prática ou funcional da verdade, e não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. [...] Mas o jornalista pode, e deve, procurar a verdade num sentido que nos permita agir cotidianamente.” (Kovach e Rosenstiel, 2004, P. 42).

Isso não significa, no entanto, dizer que a exatidão e os relatos fidedignos devem ser deixados de lado na produção jornalística. Pelo contrário, eles funcionam como base do jornalismo, e a sua ausência é um risco que pode ser verificado hoje em dia com a proliferação de pequenos “órgãos informativos”, que mais confundem do que ajudam a tomar decisões¹⁷. Moretzsohn (2006) alerta também para aquilo que ela chama de informação inútil, que é publicada sem checagem e verificação subjacentes. Para a autora, com a possibilidade de os cidadãos participarem ativamente no processo de produção e distribuição de notícias, criou-se uma ilusão de que a credibilidade é algo natural ao repórter-cidadão.¹⁸

Para Kovach e Rosenstiel (2004), embora a verdade possa ser um conceito complicado e contraditório, aplicada ao jornalismo pode ser entendida como um

¹⁶ Sobre a ideia de objetividade Fuller explica que “...came naturally to a group of people seeking legitimacy in the era of scientific discovery. In its purest usage, the term suggested that journalism meant to be so utterly disinterested as to be transparent. The report was to be virtually the thing itself, unrefracted by the mind of the reporter. (1996, p. 14)

¹⁷ É o risco do “publicar, depois filtrar”, apontado por Orihuela (2006). Por isso, o autor alerta que nem tudo na web pode ser visto como jornalismo, mesmo que esteja em um site que se diga “jornalístico”.

¹⁸ Para Canavilhas e Rodrigues (2012) as ferramentas da Web 2.0, como os blogues e redes sociais, contribuíram para um aumento da velocidade em quase todas as fases da produção noticiosa, mas criaram igualmente alguns problemas, principalmente em relação à exigência e rigor na verificação dos factos.

processo, ou um percurso contínuo que evolui com o tempo. Ou seja, a verdade jornalística começa desde a publicação da primeira notícia, com um “simples” relato fiável, e se desenvolve nas notícias posteriores, já com verificações, correções e atualizações. Para os autores, o primeiro relato superficial do repórter fica disponível para apreciação e reação da população, e depois segue seu curso. Como exemplo dessa definição, eles usam o caso do haitiano Abner Louima, noticiado em 1997, pelo *Daily News*, de Nova Iorque. Na ocasião a notícia dava conta da prisão do haitiano por desacato a ordem pública. Dias depois, descobriu-se que o Louima havia sido agredido e sodomizado pelos policiais envolvidos no caso.

A definição de verdade de Kovach e Rosenstiel é também a que mais se aproxima do entendimento que os próprios jornalistas tem de sua profissão: uma busca permanente de chegar a verdade. No mais, a objetividade jornalística como busca da verdade pode ser considerada mesmo uma utopia, na medida em que aquilo que o jornalista nos dá é uma seleção, uma construção dos fatos, uma aproximação da realidade e não uma expressão da realidade absoluta. (Fernandes, 2011)

Capítulo II: A Web 2.0 e o jornalismo

A revolução nas comunicações sempre foi uma das principais forças de grandes transformações históricas. Temos até agora, desde a invenção da prensa e os tipos móveis, passando pelo surgimento da fotografia, radiodifusão, cinema e televisão, até os dias de hoje, com a comunicação e circulação de informação integrada em rede e a convergência midiática, uma vasta possibilidade de acesso e recepção de dados, além de imenso potencial de novas formas de comunicação¹⁹. Em contexto ideal, excetuando-se fatores que dizem respeito à maior ou menor liberdade de acesso²⁰, controle governamental e oligopólios empresariais, com a internet em casa ou no bolso, cada cidadão conectado em rede é um produtor em potencial de conteúdo, quer seja informativo ou recreativo. (Sahagún, 2004).

De tal modo, que as novas tecnologias e a internet obrigaram uma nova organização no jornalismo, na qual algumas normas da profissão estão a ser redefinidas e postas à prova, principalmente como consequência do desenvolvimento da *word wide web*. Se antes da década de 1980 textos, gráficos, imagens, sons e outros diversos elementos midiáticos foram examinados em separado com o surgimento da internet, ocorre a integração de um ou mais destes elementos. Essa integração é o que Briggs & Burke (2006) chamam de convergência. Os autores explicam que, embora tenha sido usada originalmente com uma abrangência maior, a palavra convergência aos poucos foi sendo aplicada em especial às tecnologias e organizações de mídia e comunicação.

Já Jenkins, prefere pensar a convergência não como um processo que une diversas tecnologias, funções e mídias em um só lugar ou mensagem, mas como uma transformação cultural, que incentiva os consumidores a procurar informação nova e complementar, em meio a conexões entre diferentes mídias dispersas. Para ele, “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas.” (2009, p. 26). É o que Castells (2000) também constata, ao afirmar que os novos meios de comunicação não divergem, mas sim, absorvem as culturas tradicionais.

¹⁹ “Las novas tecnologías non están constituídas solamente por internet, sino que también están incluídos en ellas una amplia gama de artilugios vinculados a sistemas de comunicación on-line y off-line.[...] y la lista sigue creciendo. [...] Estas nuevas tecnologías afectan profundamente a la manera de trabajar de los periodistas[...] y de todos los profesionales de la industria de la información y la comunicación”. (Aumente, 2004, pp. 7-8)

²⁰ Castells lembra que a revolução tecnológica da informação veio acompanhando um processo de reestruturação do sistema capitalista nos anos 1980: “o desenvolvimento e as manifestações dessa revolução tecnológica foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo avançado (2000, p. 31). E também pelo estatismo, sistema de organização social alternativo nesse período histórico.

No que diz respeito ao jornalismo, por exemplo, mesmo mantendo algumas características das mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), a produção de notícias na web, quando considerada por si só, é bastante diferente de qualquer um dos outros meios. (Stovall, 2004). A web surge como um novo meio, capaz de mudar a produção jornalística, especialmente por sua capacidade de reunir e apresentar informação atualizada e de diferentes fontes. Para Langa (2004) a rede multiplica as fontes de informação e permite a comunicação entre muitos, sem barreiras.

Mais especificamente, com foco, por exemplo, na produção, distribuição e consumo de informação noticiosa, Nogueira (2002) lista quatro diferenças trazidas pela web:

Em primeiro lugar, pela ubiquidade da informação; 2 Luís Carlos Nogueira depois, pela velocidade de processamento da mesma; outro factor: a possibilidade de troca imediata de dados e opiniões (a tão falada interactividade); por fim, a capacidade de indexação (ou ligação) da informação nas suas múltiplas articulações em enormes bases de dados. (Nogueira, pp. 1-2)

Já no que diz respeito à influência das tecnologias da informação na reestruturação da organização jornalística e das rotinas de trabalho, Del Bianco aponta que “a informática, especialmente, trouxe agilidade e qualidade no processamento da informação, ao facilitar o trabalho de rever, corrigir, alterar e atualizar textos”. (2004, p. 1)

Para Ruiz (2004), nessa nova necessidade de reorganização, o jornalista passa a ser uma combinação entre um explorador (de dados e informações) e um cartógrafo (do conhecimento), com a missão de converter esse processo em uma relação interativa com o público, de maneira a tornar inteligível o volume de informação disponível na rede.

Além de tudo isso e como causa direta de tais mudanças, a *Web*, como a conhecemos hoje, pressupõe uma maior interatividade e relacionamento entre produtor e consumidor. Ou, dito de outra forma, uma quebra entre as fronteiras, antes bem definidas, existentes entre estes dois elementos legitimadores da circulação de informação²¹. Se, originalmente, os dados eram publicados em sites da *Web*, e os usuários simplesmente visualizavam ou baixavam o conteúdo, cada vez mais os usuários têm contribuído para a natureza e alcance do conteúdo da *Web* e, em alguns casos, exercem total controle sobre ele. O usuário da *Web 2.0* é ao mesmo tempo

²¹ Embora Castells (200) afirme que o mundo multimídia é habitado por duas populações distintas: a interagente e a receptora da interação.

receptor e gerador de informação, no que Langa (2004) chama de nova situação comunicativa.

A *web 2.0*, ou *Web* colaborativa, *Web* social, internet de nova geração, *software* ou *soft* social, independentemente da designação terminológica, difere da *Web* tradicional (ou *Web 1.0*) principalmente pelo fato de ter se expandido como uma rede social, que privilegia a participação e a colaboração do cidadão e dos grupos sociais nas produções e circulação de informação. (Targino, 2009)

Mas a própria definição de *Web 2.0* em si, se reflete na estrutura produtiva do jornalismo, e não só do jornalismo cidadão praticado em rede. A aparição da internet tem propiciado novas formas de comunicação, que possibilitam maior personalização, interatividade e descentralização, que leva os meios de comunicação tradicional a repensarem suas práticas (inclusive suas funções social e comunicativa) de maneira a garantir controle da informação. (Ruiz, 2004)

II.1 - Web 1.0 e Web 2.0: histórico, definições e diferenças

O inventor do *world wide web* foi o físico britânico e professor do *Massachusetts Institute of Technology*, Tim Berners-Lee, em 1989. A ideia surgiu quando Tim trabalhava como engenheiro de software no CERN, um laboratório de física de partículas em Genebra, Suíça. Por ser um laboratório de referência, cientistas de todo o mundo iam para o CERN usar seus aceleradores de partículas, mas Tim notou que eles estavam tendo dificuldade em compartilhar informações:

Naqueles dias havia diferentes informações em diferentes computadores, mas você tinha que fazer *logon* em quase todos para chegar a elas. Além disso, às vezes você tinha que aprender um programa diferente em cada computador. Muitas vezes foi mais fácil ir e pedir às pessoas quando eles estavam tomando café." (<https://webfoundation.org/>, recuperado em 26 de janeiro, 2017)

Uma maneira pensada por Berners-Lee de resolver esse problema, era fazer com que os computadores compartilhassem informações fazendo uso da conexão à internet, que já era usada no laboratório. O, então engenheiro, apresentou sua ideia no relatório *Information Management: A Proposal*, que não foi aceito, considerado vago. Mesmo assim Berners-Lee conseguiu prosseguir com a pesquisa, e no ano de 1990, desenvolveu três tecnologias fundamentais da web: *HTML: HyperText Markup Language*, o idioma de formatação para a web; *URI: Uniform Resource Identifier*, um tipo de endereço único e usado para identificar cada recurso na web, comumente

chamado URL; e o *HTTP: HyperText Transfer Protocol*, protocolo de transferência de hipertexto, que permite a recuperação de recursos vinculados em toda a Web. Então, a Web, era sobretudo feita de hiperligações (os hiperlinks) que associavam textos e depois imagens e sons. Alguns anos depois este sistema inicial elaborado por Berners-Lee evoluiria e dando surgimento à *Web 2.0*.

Segundo Tim O'Reilly, comumente creditado como o criador do conceito²², o significado básico de *web 2.0* surgiu de uma sessão de *brainstorming*, durante uma conferência no *MediaLive International*. O'Reilly (2005) diz que, como muitos conceitos importantes, a *Web 2.0* não tem uma definição muito bem delimitada. Para o criador do termo ela poderia ser melhor definida como sendo um conjunto de princípios e práticas que formam um núcleo gravitacional, onde um verdadeiro sistema solar de sites, que exemplificam alguns ou todos esses princípios e práticas, orbitam.

Ainda assim, com o objetivo de esclarecer melhor o conceito, O'Reilly apresenta um quadro com alguns elementos que exemplificam a transição da web 1.0 para web 2.0:

Tabela 2

Transição Web 1.0 para Web 2.0

Web 1.0		Web 2.0
Duplo click	->	Google AdSense
Ofoto	->	Flickr
Akamai	->	BitTorrent
mp3.com	->	Napster
Britannica Online	->	Wikipedia
Sites pessoais	->	Blogging
Evite	->	upcoming.org e EVDB
Especulação de nomes de Domínio	->	Otimização de mecanismo de busca
Page views	->	Custo por clique
Screen scraping	->	Serviços web
Publishing	->	Participação
Sistemas de gerenciamento de	->	Wikis

²² Embora o termo já tivesse sido usado por Darcy DiNucci, um consultor de arquitetura da informação, em seu artigo de 1999, *Fragmented Future*: "A Web que conhecemos agora, [...], é apenas um embrião. Os primeiros brilhos da Web 2.0 estão começando a aparecer, e estamos apenas começando a ver como esse embrião pode se desenvolver. A Web será entendida não como tela de texto e gráficos, mas como um mecanismo de transporte, através do qual a interatividade acontece". (<http://whatis.techtarget.com/>, recuperado em 26 de janeiro, 2017)

conteúdo		
Diretórios (taxonomia)	->	Tagging (uso de etiquetas)
Stickiness	->	Syndication

O site whatis.techtarget.com (que inclusive opera com um sistema colaborativo de produção de conteúdo) também elenca e define alguns elementos da web 2.0:

- *Wikis*: sites que permitem aos usuários contribuir, colaborar e editar conteúdo. A *Wikipedia* é um dos mais antigos e conhecidos sites baseados em *wiki*.
- O crescimento do *Software* como Serviço (*Software as a Service - SaaS*): *softwares* e aplicativos da *Web* que podem ser utilizados com base na nuvem, sem necessidade de instalação.
- Computadores móveis: possibilidade de se conectar de onde quer que esteja. Essa tendência surgiu pela proliferação de *smartphones*, *tablets* e outros dispositivos móveis em conjunto com redes *Wi-Fi*.
- *Mash-ups*: páginas da *Web* ou aplicativos que integram elementos complementares de duas ou mais fontes.
- Redes sociais: a prática de expandir o número de negócios e / ou contatos sociais fazendo ligações através de indivíduos. Os sites de redes sociais incluem *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn* e *Google+*.
- Investimento/financiamento coletivos: baseados na capacidade de alcançar um grande número de participantes para angariar recursos coletivos, como *crowdsourcing*, *crowdfunding* e *crowdsourcing*.
- Conteúdo gerado por usuários (*User-generated content - UGC*): escrita, imagens, áudio e vídeo, entre outras, disponibilizadas gratuitamente online pelos indivíduos que a criam.
- Comunicações Unificadas (*Unified Communications - UC*): a integração de múltiplos dispositivos de mídia/serviços de comunicação em tempo real, controladas por um usuário tanto para fins comerciais, quanto sociais. Mensagens instantâneas, informações telefonia, videoconferência, e suas integrações, são exemplos de UC.
- Criação social: o compartilhamento colaborativo de conteúdo organizado em torno de um ou mais temas ou tópicos específicos. Os sites de criação de conteúdo social incluem *Reddit*, *Digg*, *Pinterest* e *Instagram*, etc. (<http://whatis.techtarget.com/>, recuperado em 26 de janeiro, 2017)

Se por um lado a *Web 2.0*, como caracterizada por O'Reilly, pode parecer priorizar voluntários, pessoas comuns e a voz das coletividades, em lugar de anunciantes empresários e lucro, fazendo uma espécie de justiça com os normalmente silenciados pela grande mídia (Targino, 2009), Jenkins, se não discorda, pelo menos difere quanto a esse modelo:

[...] “Web 2.0”, um termo popularizado pelo guru dos negócios Tim O'Reilly para descrever a revitalização da economia digital fomentada por empresas como a Flickr, um site de compartilhamento de fotos, sites de relacionamento como My Space e Facebook, e sites de vídeo como YouTube e Veoh. Esses empreendimentos da Web 2.0 construíram seus planos de negócios nas costas do conteúdo gerado pelos usuários. (2009, p. 279)²³

Embora não seja a ideia deste tópico, faz-se necessário uma breve menção aos aspectos sociais, no que diz respeito ao relacional, da *Web 2.0*. Afora aspectos técnicos, conceituais e tecnológicos, a *Web 2.0* tem aspectos sociais importantes, principalmente no que diz respeito à relação entre os membros do processo interativo, possibilitado por essa tecnologia. Longe de querer privilegiar o computador, a rede e as técnicas de informática, ou o lado humano da *Web 2.0*, que seja, é importante saber que, como bem disse Alex Primo (2006) na *Web 2.0* quanto mais pessoas utilizarem os serviços, melhores eles se tornam.

Para Primo, estudar a interação social propiciada pela *Web 2.0* requer dar atenção ao relacionamento, que ele entende como uma construção coletiva entre os interagentes dos processos de comunicação (informativa ou não), e que não pode ser tratado de maneira unilateral. O autor defende que “a interação social é causada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto (geográfico, social, político, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles.” (Primo, 2006, p. 7)

Disto tudo isso, é de se supor que a escrita em rede é uma escrita diferente, com a característica principal de ser coletiva. Isso, não surpreendentemente, afeta a produção jornalística feita na e para a *Web 2.0*, mesmo em sua forma, como veremos adiante.

²³ Inclusive na própria definição de web 2.0, inserida no livro *Cultura da Convergência*, de Jenkins, o autor acentua alguns desses pontos de divergência: “termo cunhado por Tim O'Reilly para se referir a novos tipos de empresas de mídia que utilizam redes sociais, conteúdo gerado pelo usuário ou conteúdo moderado pelo usuário. O'Reilly considera essas empresas como criadoras de novos tipos de valor, através do suporte da cultura participativa e da exploração da inteligência coletiva de seus consumidores”. (2009, p. 389)

II.2 - Do telégrafo a WEB: algumas mudanças na estrutura da escrita jornalística

Embora a essência do jornalismo não se altere com as novas tecnologias e com o advento da Web 2.0, surgem novas formas de competir e de contar as notícias (Langa, 2004).

Manuel Castells (2000) já alertava que na comunicação mediada por computadores (CMC) a mistura de formas de comunicação, antes separadas em diferentes áreas da mente humana, passam a coexistir nesse novo veículo²⁴, fazendo com que a CMC crie uma linguagem nova e específica. Ademais, para Castells, a comunicação em rede (especialmente o correio eletrônico) pode tanto representar um retorno da mente humana à era tipográfica, com a recuperação do discurso racionalmente construído, como pode também representar uma nova forma de oralidade, estimulada pela espontaneidade, informalidade e anonimato do meio. Isso vai depender em grande parte das pessoas, que, ainda de acordo com Castells, moldam a tecnologia de acordo com suas necessidades.

Quando se fala em produção jornalística na Web não é diferente. Stovall (2004) explica que se, por exemplo, o jornalista de um veículo impresso trabalha com a pirâmide invertida, e o de um veículo radiofônico ou televisivo, faz uso da estrutura dramática da notícia, o jornalista da Web, por sua vez, precisa saber lidar com ambas as maneiras de contar²⁵. Embora não vá fazer uso de nenhuma forma específica, o jornalista que produz na e para a Web, necessita ter alguma familiaridade com estas e outras formas de escrita, tais como “headlines, summaries, slideshow cutlines, frequently asked questions - FAQ’s, pools and quizzes, weblog entries, and other forms yet to be developed.” (Stovall, p. 51)

Para Stovall, por conta da Web ser uma mídia flexível, é possível encontrar várias formas de reunir e lidar com a informação e, conseqüentemente, várias formas de apresentar a notícia. O autor considera que isso obriga o jornalista a não apenas ser capaz de colocar a informação em diferentes formas de escrita, mas também saber o tipo de informação que ele precisa reunir para cada forma específica de noticiar na Web. Stovall aponta ainda uma diferença básica, mas fundamental para diferenciar o jornalista tradicional do jornalista da Web: se nos meios tradicionais as perguntas feitas usualmente pelos repórteres são Quem?, O quê?, Quando?, Onde?, Por quê? e Como?, para a Web o jornalista deve sempre se perguntar “Como essa história pode

²⁴ Vale ressaltar que Castells (2003) afirma ainda que a comunicação mediada por computadores, não substitui outros meios de comunicação.

²⁵ Stovall alerta ainda que “Still, a reporter is a reporter. The basic job itself will remain essentially the same”. (2004, p. 52)

ser expandida?”. A pergunta é uma referência às várias formas, mas também aos vários recursos existentes na *Web* para se contar algo, tais como texto, *links*, galerias de fotos, áudios, gráficos interativos, vídeos, possibilidade de *feedback*, etc.

Isso permite ao jornalista que use os elementos das mídias tradicionais (pirâmide invertida do impresso, visualidade e dramaticidade da TV, etc), mas que vá além deles, lançando mão das possibilidades intertextuais e multimídia da *Web*. “The web journalist can do all of this and more.” (Stovall, 2004, p. 65)

Claudette Guzzan Artwick, com a justificativa de que há uma “nova raça” de narradores que tem definido o padrão das notícias online, propôs no seu livro *Reporting and Production for Digital Media*, o que ela chama de ‘*The Five I’s: Interactivity, Involvement, Immediacy, Integration, and In-Depth Opportunities*’. (2004, p. 62). De acordo com a autora, esses cinco elementos são fundamentais em uma boa narrativa *online*.

Quando as pessoas “entram” na internet, de maneira ou outra estão aptas para interatividade e envolvimento (*Interactivity, Involvement*), quer seja clicando em um link para ler uma história, ou passando fotos da galeria de imagens, ou mesmo, de forma mais complexa, tomando decisões a respeito de um roteiro de leitura. Essa da interação e envolvimento com as histórias e problemas, que decorre do relacionamento com os elementos do site.

Outra característica distintiva do jornalismo online é a capacidade de trazer notícias ao público de maneira imediata (*Immediacy*). Há ainda a integração (*Integration*) que, segundo Artwick, pode ser dividida em dois níveis: 1-integração entre mídias (*Among-media integration*), que é quando um jornal coloca as notícias direto na edição online, ou quando o conteúdo impresso é realocado para um site de notícias. 2- Integração dentro da mídia (*Within-media integration*), que é quando ocorre a criação de novas formas de narração, que envolve a combinação de diferentes mídias em reportagens online, ou seja, se refere ao formato multimídia.

Por fim, a oportunidade de cobertura em profundidade (*In-Depth Opportunities* ou *In-Depth Coverage*) é também um elemento fundamental do jornalismo na *Web*. Enquanto que no impresso há um número limitado de palavras, nem sempre suficientes para noticiar acontecimentos da melhor forma, ou na rádio e TV o tempo de uma reportagem quase sempre não permita explorar o fato a fundo, na *Web* as imposições de espaço e tempo desaparecem. Assim, é possível incluir dados, documentos na íntegra, arquivos, *links* ao vivo e outros tantos elementos que favorecem não só o leitor, mas o próprio jornalista.

Nesse sentido, os *The Five I's* de Artwick, acompanham o pensamento de Edo para quem a narrativa jornalística na Web se identifica com a própria navegação em rede: “Es el propio lector el que elige cómo quiere enterarse del contenido de los medios, el que decide la trayectoria y el orden que quiere seguir en un mensaje, o un conjunto de mensajes por los que puede navegar. (2007, p. 8)

Embora admita que muitos padrões de escrita jornalística tiveram que ser adaptados, da passagem para a *Web*, Stovall acredita que três elementos estruturantes da notícia continuam especialmente importantes mesmo no jornalismo feito em rede: o *Headline* (ou título da notícia), o *Cutline* (legenda que acompanha fotos ou outro tipo de imagens) e a *Inverted Pyramid* (técnica da pirâmide invertida). (2004, p. 75)

Em relação ao último elemento apontado por Stovall (a pirâmide invertida) Canavilhas sugere não uma adaptação, mas uma mudança de paradigma na estrutura da notícia na *Web*. Para Canavilhas, a polêmica em torno da pirâmide invertida aumentou com o surgimento do webjornalismo, tornando tal técnica, inclusive, obsoleta²⁶. A adoção dessa técnica pelos jornalistas na escrita de um webjornal deixa de fazer sentido primeiro pela possibilidade de espaço ilimitado para a construção do texto, desobrigando os jornalistas de escreverem pressionados pelas possibilidades de corte durante a edição. Segundo por causa dos hipertextos, que permite ao leitor criar seu próprio percurso de leitura, e não mais se prender ao roteiro construído pelo jornalista, organizado no padrão da pirâmide invertida. (Canavilhas, 2007). Desse modo o que o autor propõe é uma aproximação da chamada pirâmide deitada.

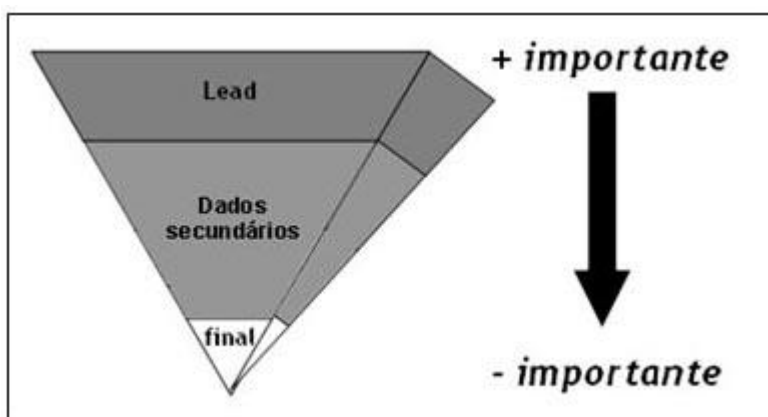
A pirâmide deitada acompanha uma mudança no padrão de escrita da notícia, que para Canavilhas está intimamente ligada à identificação de uma linguagem que tire partido das características oferecidas pelo meio. Para o autor, tal como aconteceu nos meios tradicionais, o desenvolvimento do webjornalismo também está diretamente ligado aos processos de aperfeiçoamento da sua difusão.²⁷

Na pirâmide invertida, resumidamente, temos a redação da notícia começada pelos elementos, informações, mais importantes (a notícia começa respondendo às questões já citadas: o quê, quem, onde, como, quando e por quê):

²⁶ “Autores como Jacob Nielsen (1996), Rosental Alves⁵ ou José Álvarez Marcos⁶, insistem na importância da pirâmide invertida nos meios online. Outros, como Ramon Salaverria (2005, 112 y ss) reconhecem a importância desta técnica nas notícias de última hora⁷, mas consideram-na uma técnica limitadora quando se fala de outros géneros jornalísticos que podem tirar partido das potencialidades do hipertexto”. (Canavilhas, 2007, p. 29)

²⁷ “O desenvolvimento dos meios de comunicação social está intimamente relacionado com os avanços que ocorreram nos métodos de difusão”. (Canavilhas, 2007, p. 25)

Figura 1. Modelo da pirâmide invertida ou o *lead*



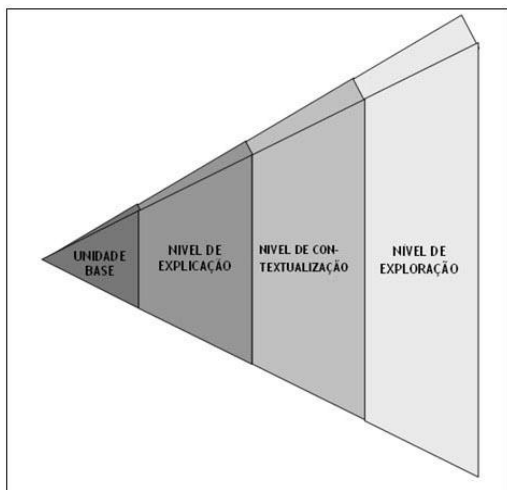
Fonte: *Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada* (Canavilhas, 2007)

Já no paradigma da pirâmide deitada, o jornalista deve centrar a sua atenção na estrutura da notícia e, estruturar a notícia na Web significa visualizar a sua arquitetura, especificamente a organização hierárquica dos elementos multimédia e suas ligações internas.

Estas estruturas podem ser lineares, reticulares ou mistas (Dias Noci y Salaverria, 2003, 125-132). No caso da estrutura linear, a mais simples, os blocos de texto estão ligados através de um ou mais eixos. O grau de liberdade de navegação é condicionado, uma vez que o leitor não pode saltar de um eixo para outro. Se existir apenas um eixo, teremos uma estrutura unilinear. Se existirem vários eixos, a estrutura passa a ser multilinear, com várias histórias contadas em diferentes eixos sem ligação entre si. Como o próprio nome indica, uma estrutura reticular não tem eixos de desenvolvimento predefinidos: trata-se de uma rede de textos de navegação livre que deixa em aberto todas as possibilidades de leitura. Por fim, as estruturas mistas apresentam níveis do tipo linear e outras de tipo reticular. A leitura perde algum grau de liberdade quando comparada com o modelo anterior, mas tem a vantagem de oferecer “pistas de leitura” bem definidas. (Canavilhas, 2007, p. 33)

Em uma aproximação gráfica com o padrão da pirâmide invertida teríamos, assim:

Figura 2. Modelo da pirâmide deitada



Fonte: *Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada* (Canavilhas, 2007)

A Unidade Base corresponde ao que seria o lead, respondendo às perguntas o *quê, quando, quem e onde*.

O Nível de Explicação complementa a informação inicial do acontecimento, e responde ao *Por Quê* e ao *Como*.

No Nível de Contextualização disponibiliza-se mais informação a respeito de cada uma das questões anteriores (o *quê, quando, onde, etc*). Dessa vez não só em formato textual, como também em vídeos, sons infográficos, com o uso dos recursos multimídia.

No último nível, o de Exploração, a notícia atual se liga ao arquivo da publicação ou a arquivos externos, fazendo uso do *hiperlink*.

Canavilhas considera que esta arquitetura exige um novo tipo de jornalista, capaz de construir e expor o relato dos acontecimentos e os comentários produzidos nos distintos suportes possibilitados pela *Web*. Ainda, para o autor, a pirâmide deitada é uma técnica que oferece “um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimídia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia”. (2007, p. 39)

Ainda assim Stovall (2004), acredita que a escrita continua sendo o processo central do jornalismo, não importando o tipo de mídia, e essa escrita deve estar sempre atenta à quatro características: exatidão, clareza, eficiência e precisão. Concha Edo (2007) acrescenta outros dois elementos que considera importantes também: a atualidade e a utilidade do que se comunica, e a verificação dos dados.

Todas essas mudanças e possibilidades de linguagens híbridas fornecidas pela Web nos levam a concordar com Neveu (2005), quando diz que apesar de fortemente codificada, a escrita jornalística não é estereotipada e imutável. Além do que, para o

autor, nas comparações feitas durante longos anos a escrita jornalística aponta cada vez mais para uma dimensão analítica e interpretativa dos fatos.

II.3. Web 2.0 e Deontologia Jornalística

Se a internet possibilitou uma inserção profunda de amadores no processo de produção jornalística, com o chamado jornalismo cidadão, como visto no capítulo I, e se com isso não só as técnicas e definições do fazer jornalístico sofreram mudanças, como o próprio papel social do jornalismo se altera e sente a necessidade de se adaptar à um novo contexto, não é de se estranhar que surjam, então, questionamentos de caráter ético sobre as práticas e as condutas dos sujeitos envolvidos nessas ações, nesse novo fazer jornalístico.

Desses questionamentos podem surgir novos valores emergentes²⁸, baseados em uma reflexão dos limites entre profissionalismo e amadorismo e as consequências de se perder esses limites. Se, como visto acima, a técnica não parece ser um grande empecilho para que um não profissional produza e publique notícias na rede, no que diz respeito à ética a problemática ganha outros contornos. Christofolletti aponta algumas questões que atualmente preocupam alguns profissionais e pesquisadores do jornalismo:

[...]a ética jornalística foi superada? Estamos próximos disso? Pode-se esperar que o usuário siga as mesmas guias éticas dos jornalistas profissionais? O amador pode ser cobrado se vier a contrariá-las? Está preparado para atuar conforme tal gramática? Se não está, como deve se orientar? (2014, p. 274)

Em todos os ofícios há que coisas que se pode/deve fazer e outras que não. São algumas regras que se aprende no convívio com colegas e ambiente de trabalho, e que constantemente são atualizadas e sistematizadas (inclusivamente redigidas) para evitar quaisquer indefinições, ambiguidades e contestações. Esse conjunto de regras, códigos e deveres específicos de determinada profissão é o que se chama deontologia. (Bertrand, 2002). As normas da deontologia são um compromisso público que dita o comportamento que o profissional deve ter no exercício da sua profissão.

No caso específico do jornalista, o código deontológico assumido leva em consideração o papel social que este profissional tem de mediador entre acontecimento e sociedade, entre fontes e audiência, entre governo e cidadãos. Além

²⁸ Yruela (1995) já falava que todas as tecnologias surgidas na história da humanidade superam dialeticamente o seu status inicial para que surjam, e criam novas necessidades e possibilidades de solução, que nem sempre são fáceis de entender em comparação com as necessidades iniciais para que haviam sido criadas.

do código geral que rege a classe dos jornalistas, há ainda os chamados livros de estilo²⁹, que via de regra contém normas de conduta idênticas. (Cascais, 2001). O código deontológico do jornalismo, para além de reger o funcionamento interno de direitos e deveres do profissional, serve também para informar o público sobre a profissão, “esclarece que esta tem regras de conduta. Ao reforçar a credibilidade de um grupo profissional, assegura a fidelidade da clientela[..]”³⁰ (Bertrand, 2002, p. 52).

Para as mídias digitais, Artiwick propõe o que ela chama de “*The Seven-step Process*” (2004, p. 56). Para melhor exemplificar estes sete passos, ela ilustra um caso hipotético: adolescentes, munidos com telemóveis com câmeras e acesso ao 3G, vão a um bar, fazer uma cobertura e produzir uma reportagem sobre o consumo de álcool por adolescentes. Os sons e imagens produzidas pelos dispositivos móveis podem ser compartilhados, mas, segundo a autora, para produzir notícias é preciso mais que isso, e aponta os passos a serem seguidos pelos os amadores: 1) Defina o problema; 2) Reúna os fatos; 3) Identifique as partes interessadas; 4) Considere as regras; 5) Considere os possíveis cursos de ação; 6) Considere os possíveis resultados (inclusive danosos) e 7) Busque orientação.

Ward e Wasserman (2010), acreditam que as novas tecnologias e a internet, e o consequente crescimento da participação do cidadão comum na produção jornalística, alteram a ética jornalística, favorecendo o aparecimento do que eles chamam de “ética de mídia aberta” (p. 276). Em contraste com a “ética fechada”, que funciona como guia para um grupo de pessoas e local limitados, a ética aberta tem por princípio uma abordagem mais ampla, que considera que os códigos, agora, devem se aplicar não só aos jornalistas, mas aos demais usuários da rede. A ética de mídia aberta incentiva uma abordagem mais participativa, o que permite inclusive um maior envolvimento nas discussões, participação efetiva e revisão de conteúdo.

Para Holton, Coddington & Zúñiga (2013) À medida que a criação de conteúdos de notícias se torna mais amplamente distribuída e cada vez mais rompe a fronteira com o consumo de notícias, a necessidade de saber quais valores estão associados a essa criação de conteúdo se tornam mais cruciais para aqueles que praticam jornalismo, profissionalmente ou de outra forma. Os autores se perguntam se os valores adotados pelos não profissionais se assemelham aos valores tradicionais do

²⁹ “Conjunto de normas linguísticas, técnicas e éticas adoptadas por um meio de comunicação social que, cumpridas pelos seus jornalistas e colaboradores, uniformizam o estilo e tornam mais coerente e eficaz a informação que publica ou difunde e nunca é uma obra acabada, devendo estar sempre em actualização.” (Cascais, 2001, p. 128)

³⁰ Neste sentido, seria a ética “[...] a única forma de o jornalismo contrariar a crescente fuga dos seus públicos não apenas para a Internet mas, nesta, dos *media* noticiosos para meios mais ‘comunitários’ – ou seja, mais fechados e paroquiais – como o *Facebook*, o *Twitter* ou certos blogues”. (Serra, 2014, p. 298)

jornalismo profissional, ou os amadores marcam uma ruptura entre si e os valores jornalísticos defendidos por profissionais? Além disso, os consumidores de notícias percebem alguma dessas diferenças?

Para responder estas perguntas os autores lançam duas hipóteses e uma questão de pesquisa sobre as concepções de bom jornalismo entre criadores de notícias, consumidores de notícias e jornalismo cidadão (tradução nossa): “A criação de notícias por parte dos cidadãos será positivamente associada à identificação dos princípios profissionais do bom jornalismo; o consumo de notícias dos indivíduos será positivamente associado à identificação dos princípios profissionais do bom jornalismo.” (Holton, Coddington & Zúñiga, 2013. P. 724)

Comumente o código de ética jornalística (das mídias tradicionais, principalmente) é fechado, inclusive com apoio de alguns jornalistas, que argumentam que abrir esta ética ao público pode prejudicar sua autonomia editorial. No entanto, a ética jornalística não é fechada de todo e vem, aos poucos, oferecendo novos mecanismos para a participação do público. Como já dito anteriormente, a internet e as novas mídias alteram a noção de controle de participação e conteúdo, isso faz com que os cidadãos possam discutir e criticar a prática jornalística, sem necessariamente esperarem por um convite para tal. (Ward e Wasserman, 2010)

A audiência, antes passiva, agora poder sugerir revisões e novas normas, faz parte inclusive do próprio processo de produção jornalística. Ward e Wasserman acreditam que a cultura das novas mídias favorece a transparência e interatividade, e coloca a produção editorial da mídia tradicional, e até mesmo da alternativa, para escrutínio público.

Na mesma direção de Ward e Wasserman, a professora de jornalismo e diretora do *Kent's Media Law Center for Ethics and Access*, Jan Leach, defende que os jornalistas já não devem ser (nem serão) os únicos a problematizar questões éticas nas mídias digitais. Para a professora o desafio consiste em encontrar maneiras de abrir este sistema ético sem sacrificar a credibilidade do jornalismo. Leach acredita ainda que um caminho que pode levar a uma aproximação dessa ética aberta é a educação, ou seja, o ensino e discussão da ética jornalística para os amadores (dizer o que ela é, e porque ela é importante). Mesmo sabendo que educar os usuários da Web sobre a ética jornalística requer esforço, Leach aponta que o principal neste processo são as noções de transparência:

Explain to consumers what is being covered, how it's been reported, and what information might be missing. Avoid sensationalism and offer context. Invite feedback and provide cautionary warnings to readers when feedback is not moderated. Explain conflicts, even potential conflicts of interest. (2009, p. 44)

Capítulo III - Habla Centro e Groundviews: Apresentação dos objetivos, dos objetos e da metodologia da pesquisa

Neste capítulo, além de analisar os sites em vista do aporte teórico já discutido nos capítulos anteriores, e com a apresentação de novos conceitos, também faremos a apresentação da metodologia usada. Para tanto se faz necessário uma prévia contextualização dos objetivos do trabalho.

III.1 - Objetivos da pesquisa

Partindo da premissa que o desenvolvimento das novas mídias e a crescente democratização da internet permitiram uma maior participação do público na produção jornalística, este trabalho pretendo, através de uma revisão bibliográfica e análise de conteúdo dos sites Groundviews e HablaCentro, indicar possíveis respostas para as seguintes questões:

- 1-Até onde vai o jornalismo cidadão na era da *Web 2.0*?
- 2-Quais espaços estão destinados à produção do *produser/produmer*? E qual o caráter desses espaços e dessa produção?
- 3-Como é a interação entre profissional e amador no âmbito do jornalismo cidadão na *Web 2.0*?
- 4-O público se sente incentivado em participar?
- 5-Num caso de jornalismo cidadão de fato, produzido por não profissionais do jornalismo e cidadãos comuns, como se dá a “filtragem” de notícias?

O motivo da escolha dos sites Groundviews e HablaCentro se dá pelo fato dos dois trabalharem principalmente com contribuições de não profissionais do jornalismo (o que não exclui a contribuição de profissionais, como veremos mais adiante). A premissa principal de tais sites é tentar estabelecer uma linha editorial, que perpassa muito pela garantia da liberdade de expressão, principalmente em zonas periféricas e comumente deixadas de lado quer por motivos econômicos ou políticos, haja vista os sites terem sido desenvolvidos e aturem na Ásia e América Central, respectivamente.

Geralmente o conteúdo é local e diz respeito a questões que são fundamentais para essas localidades (como o abastecimento de água em uma cidade, ou a discussão sobre um referendo legalização do aborto em outra, etc). E isso também é um dos motivos da escolha, pois nos parece que essas plataformas criam um novo espaço de discussão democrática e participação cívica, possibilitados em grande parte pela prática do jornalismo cidadão.

A ideia principal não é analisar as plataformas em si, se restringindo à forma e aspectos técnicos, mas, através de uma análise baseada nas teorias já discutidas e nas que serão introduzidas neste capítulo, utiliza-las como exemplos no sentido de apontar caminhos, encontrar possíveis possibilidades presentes e futuras para o jornalismo cidadão diante do avanço das mídias digitais, e da, cada vez mais, partilha de informações em rede. A ideia é que com os sites seja possível apontar respostas para as questões já colocadas e, pelo menos, sugerir novos questionamentos e saídas, não só para a profissão ou para o fazer jornalístico, como para a mínima garantia do direito fundamental à comunicação, que ganha muito com essas tecnologias e com o surgimento do *produser*. Em resumo, pretendemos fazer isto através de revisão bibliográfica em confronto com a prática dos sites citados acima.

Partindo da hipótese de que com as novas mídias digitais e o avanço da *Web 2.0*, por um lado o jornalista passa a ser uma espécie de profissional que tem como sua principal função, nesses tempos, de selecionar e organizar o que vai ser publicado, por outro, tem aquilo que antes era entendido como público, a audiência no sentido passivo, e que passa a ser também um tipo de *newsmaker*. De tal modo, nos é permitido, no âmbito do futuro da profissão frente à participação do público na produção de informação, discutir as fronteiras, ou a inexistência delas, entre o jornalista e o público na produção e divulgação de informação noticiosa na era das novas mídias.

A ideia é trabalhar o conceito de *produmer/produser* e de jornalismo cidadão e ver a relação que existe, se existe, entre profissionalismo e amadorismo nos sites estudados, ou onde cada um se situa nessa produção noticiosa.

Assim nos foi possível traçar algumas linhas a serem seguidas, que ajudarão a fazer o paralelo entre teoria e prática dos nossos objetos de pesquisa:

- Identificar de que maneira o desenvolvimento das mídias digitais possibilitou o surgimento da figura do *produser*, ou seja, a possibilidade de participação do público na produção jornalística.
- Entender como é a atuação dos não profissionais do jornalismo na produção jornalística dos sites;
- Compreender como funciona o jornalismo cidadão e como ele mudou o modelo habitual da prática jornalística, baseado nas experiências dos sites/projetos citados.

III.2. Groundviews – Journalism for Citizens

O Groundviews é um site de jornalismo cidadão, surgido em 2005 e que tem sede no Sri Lanka. O site usa uma variedade de gêneros e mídia para destacar pontos

de vistas alternativos sobre governo/governança, sociedade civil, economia, direitos humanos, artes e literatura, questões de gênero e outras questões.

De acordo com o próprio site (em tradução nossa), o Groundviews foi a primeira tentativa, no Sri Lanka, de criar um meio através do qual os cidadãos da sociedade civil pudessem compartilhar suas próprias perspectivas de vida, principalmente no que diz respeito às zonas de conflito, chamar a atenção para emergências humanitárias e dar informações sobre, por exemplo, condições de segurança, de maneira que assim se pudessem visualizar alternativas não só ao poderio midiático da grande mídia, como novas vozes a falar, mas também ao próprio status quo do sistema social do Sri Lanka.

O site também é um fórum para o debate crítico, incluindo comentários de especialistas e acadêmicos, sempre ancorados na realidade, que poderiam ou não encontrar expressão na mídia tradicional/*mainstream* do Sri Lanka atual. É também um site para a inovação nos novos meios de comunicação, demonstrando, por exemplo, como as plataformas, aplicativos e tecnologias da *Web* e telefones celulares podem, entre outras coisas, testemunhar a violência, documentar violações dos direitos humanos, registrar corrupção, bem como contar histórias de resiliência, coragem e esperança. Tudo isso com o objetivo de demonstrar que o jornalismo cidadão, por exemplo, pode permitir discussões civis, progressivas e inclusivas sobre democracia, direitos, governança e paz no Sri Lanka.

No que tange à participação e contribuição na produção de conteúdo, o Groundviews hoje conta com um pouco mais de duas centenas de autores, entre homens e mulheres de diversas áreas. O número de postagens de cada autor vai daqueles que postaram uma única vez, até àqueles que já publicaram 145 postagens no site. Além das postagens produzidas pela própria equipe, que soma um total de 789 *posts*. Além dos autores a estrutura de produção de conteúdo conta também com três editores, a saber, Sanjana Hattotuwa, editor e fundador do site, Raisa Wickrematunge, co-editora, e Amalini De Sayrah, também co-editora.

A princípio, qualquer um pode submeter seu artigo para publicação, desde que se enquadre nas diretrizes estabelecidas pelo site, e não envie artigos com: Declarações potencialmente difamatórias; Linguagem obscena, explícita ou racista, Ataques pessoais, insultos ou ameaças; Promoções de produtos comerciais; Informações retiradas de outra fonte sem permissão; Informações pessoais privadas publicadas sem consentimento; Comentários não relacionados ao tópico do fórum; Hiperlinks para material que não está diretamente relacionado à discussão.

Além disso outras recomendações são explicitadas pelo site, de forma a orientar seus autores mais diretamente no que se refere ao conteúdo e linhas guias

dos textos e/ou comentários: Use o formato de primeira pessoa e não use abreviaturas (por exemplo, B4U, CUL8R, BRB); Seja reflexivo, enquadre os problemas da melhor maneira que puder; Proponha ideias e alternativas; Diga a verdade - seja factual; Proteja sua identidade e a daqueles sobre quem você escreve. Pense antes de postar!

No geral, a ideia de jornalismo cidadão que o Groundviews tem, e as características principais do conteúdo postado perpassam por seis pontos definidos pelo site:

1-Integridade: Diligência e Legitimidade

2-Coragem: Independente e crítico, conteúdo que é perspicaz e revela o que os principais meios de comunicação não mostram.

3-Responsabilidade e Credibilidade: na medida em que possa ser assegurada, para que as vozes e opiniões aqui presentes sejam consideradas seriamente e tidas como aquelas que contribuam para debates sobre paz e reconciliação no Sri Lanka.

4-Conhecimento: busca consistente da Verdade, sabendo que a verdade tem muitas facetas.

5-Justiça: respeito e honestidade para todas as comunidades e todos os povos no Sri Lanka.

6-Igualdade: diversidade cultural e conteúdo sensível ao gênero, reconhecendo que ambos são pilares centrais de qualquer processo de paz.

III.3 – HablaCentro

O HablaCentro, por sua vez, dispõe de pouquíssima informação sobre o site e seu funcionamento, mas se auto define como sendo desenvolvedor de estudos e ferramentas abertas para ajudar as pessoas na América Latina, mas especificamente da América Central, a se tornarem mais alfabetizados digitalmente e envolvidos civicamente. O site oferece treinamento no uso de ferramentas digitais para criar cidadãos mais informados e conectar os colaboradores.

É importante ressaltar que o HablaCentro funciona como sendo um site agregador de conteúdo, conteúdo esse produzido por outros sites ligados ao HablaCentro: o HablaSalvador e o HablaGuat³¹. Como referido anteriormente, o

³¹ Há ainda outros sites como o HablaCostaRica, o HablaHonduras, etc, mas que não entram no escopo desta pesquisa.

HablaCentro é um projeto que tenta abarcar a produção e distribuição de informação noticiosa na América Central, daí o nome do site.

Do mesmo modo, com a mesma lógica, o HablaSalvador seria, portanto, a seção responsável do HablaCentro por juntar a produção de informação, feita por cidadãos em El Salvador, e divulgá-la. De acordo com o próprio site: o HablaSalvador é um projeto piloto de jornalismo cidadão colaborativo, que facilita os salvadorenhos, tanto no território do país como nos que vivem no exterior, a possibilidade de publicar informações neste site via celular ou e-mail.

O site adiciona blogs, links para rádios e páginas de jornalismo cidadão que informam a situação atual de El Salvador, para permitir que os participantes se mantenham informados sobre a situação do país. Todas as informações enviadas pelos cidadãos da comunidade serão publicadas (desde que nossa política editorial de respeito pelas idéias e direitos humanos seja respeitada). Os nomes dos colaboradores não serão publicados por motivos de segurança. (HablaSalvador, 2010)

Do mesmo modo, funciona o HablaGuate, que é o site responsável pelas notícias, pelo jornalismo cidadão, produzido na Guatemala. O HablaGuate se define como sendo “um projeto piloto de jornalismo cidadão colaborativo para que, tanto os guatemaltecos locais quanto os que vivem no exterior, possam enviar informações para nossa página da Web a partir de seus telefones celulares, ou qualquer outra ferramenta digital acessível.” (Tradução nossa)

Ainda de acordo com o próprio site, além de conteúdo próprio, eles também agregam blogs e páginas de jornalismo cidadão relacionadas à Guatemala, para permitir que os participantes se mantenham informados e criem comunidades on-line e off-line onde possam compartilhar suas histórias. O site mantém gama de blogueiros locais (mais de 600), jornalistas cidadãos e organizações sem fins lucrativos na Guatemala ou relacionados a este país onde o diálogo, o debate e a participação em assuntos locais serão encorajados.

O hablaGuate se propõe a ser um “viveiro de histórias de jornalismo investigativo que vão além da cobertura da imprensa estrangeira” e inclusive tem o objetivo de se tornar um tipo de auxílio financeiro para os autores das notícias que ele publica, “uma fonte de renda para repórteres locais”.

Segundo o site “Há várias maneiras pelas quais você pode contribuir com o HablaGuate. Estamos principalmente à procura de blogueiros, bem como escritores, fotógrafos e *videographers* que estão interessados em se juntar à comunidade HablaGuate para escrever, compartilhar fotos e fazer upload de vídeos”. Para fazer parte basta que o autor se registre no site e crie uma conta, assim é possível que cada

autor poste diretamente no site. Você escolhe o valor que deseja participar e até que ponto, e sobre o que você gostaria de falar. O HablaGaute dispõe ainda de uma Academia de Jornalismo do Cidadão para treinar jornalistas e repórteres cidadãos sobre como colaborar em seus relatórios. Além disso, eles também aprenderão as habilidades de multimídia que precisam para relatar e fazer o upload de suas histórias dos celulares para a página da Web.

III.4 - Tipo de pesquisa

Como se trata de um estudo de observação de objetos já consolidados, ou seja, uma exploração e análise das características já estabelecidas e postas em prática do jornalismo cidadão praticado pelos sites Groundviews e HablaCentro, pode-se dizer que o presente trabalho se trata de uma pesquisa descritiva, apoiada no estudo de caso.

No entanto, como vamos levar em conta, na nossa observação e consequente análise, os paradigmas de produção jornalística apresentados nos capítulos anteriores, não havemos de eliminar a interpretação qualitativa do material selecionado. Ainda, salientamos, que em determinados momentos, ocorrerá a fusão e mesmo a eliminação da dicotomia qualitativa x quantitativa. Como também usamos, como base do método e sistematização da nossa análise, a análise desenvolvida por Tagino no seu livro *Jornalismo Cidadão: Informa ou Deforma*, alinhamos com a autora e enquadramos nossa pesquisa como sendo quali-quantitativa: “a razão é única: a conjugação de tratamentos metodológicos, os quais privilegiam dados estatísticos, ora dados qualitativos, e juntos fundamentam, com maior rigor, as inferências do pesquisador da área de ciências sociais e humanas.” (Tagino, 2009, p. 160-161)

No que se refere ao material escolhido, nos limitamos a analisar vinte editoriais escolhidos na seção de arquivo de cada um dos sites. A escolha foi feita unicamente com base no critério temporal no que se refere ao conteúdo mais atual dos sites, excetuando-se o mês de março de 2018, no entanto, que ainda decorria no momento de análise para este trabalho. Não teve peso, portanto, nesta escolha, o tema dos editoriais, nem a abrangência, mês específico, ou qualquer outro tipo de critério que nos pudesse parecer subjetivo. Ainda assim, ressaltamos que as vinte postagens do GroundViews aqui analisadas se concentram no mês de fevereiro de 2018, enquanto que no HablaCentro, com publicações mais esparsas, as vinte selecionadas se distribuem nos meses de março, abril, maio, junho, julho, setembro, outubro e novembro de 2017 e fevereiro de 2018.

Dito isto, adianta-se na tabela a seguir os títulos de cada uma das vinte postagens selecionadas em cada site, com suas respectivas datas de publicação em ordem crescente:

Tabela 3

Títulos das postagens

Nº	GROUNDVIEWS	HABLACENTRO
1	Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa – 10/02/2018	El Salvador Es El Primer País De América Latina Que Prohíbe La Minería Metálica - 29/03/2017
2	70 Years of Independence Vicky Shahjahan – 12/02/2018	No Crean Que Nos Tiran Agua Bendita, Nos Rocían Químicos - 03/04/2017
3	A Welcoming Nation? – 12/02/2018	Las Dejaron Sin Agua Por Las Exploraciones Mineras - 20/04/2017
4	70 Years of Independence Muthalagu Pradeepan – 13/02/2018	Más De 7 Mil Personas Intoxicadas Por Agroquímicos - 31/05/2017
5	The Catalogue – 13/02/2018	Oceanagold Oculta A Sus Inversionistas La Deuda De Los \$8 Millones A El Salvador - 27/06/2017
6	Induction of the 24th President of the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka: A false start – 13/02/2018	Lanzan Alianza Social Por La Defensa Del Agua En El Salvador - 05/07/2018
7	70 Years of Independence Dr Chandraguptha Thenuwara – 14/02/2018	Estamos Al Aire - 04/09/2017
8	Against All Odds: Sri Lankan Women at the 70th Year of Independence – 14/02/2018	Nuevas Estrategias Para Combatir El Zika - 11/09/2017
9	Independent Woman – 14/02/2018	Demandan Una Autoridad Hídrica Estatal - 12/09/2017
10	Caged Independence – 14/02/2018	Caminata De La Virgen De La Resistencia Frente A La Minería - 18/09/2017
11	A Plea for Sanity in a Time of Uncertainty - 17 /02/2018	Continuando Con La Resistencia - 18/09/2017

12	From an Electoral Drubbing to a Manufactured Crisis - 18/02/2018	Rigoberta Menchú Visits Michigan - 24/09/2017
13	Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy' – 18 /02/2018	Desinterés Político Por La Ley De Agua - 02/10/2017
14	MMDA: Groping in the dark? – 19/02/2018	Mujeres Protestan Contra La Privatización Del Agua - 11/10/2017
15	Mental Health and Stigma in Sri Lanka - 19/02/2018	Demandan Prontitud En Investigaciones Caso Monseñor Romero - 17/10/2017
16	New editors. Plus ça change. 21 /02/2018	La Organización Es La Clave Para Defender La Ley Contra La Minería - 21/11/2017
17	Corridors of Power at Dhaka Art Summit 2018 – 22 /02/2018	Continua La Criminalización Contra Defensores Del Agua En El Salvador - 30/11/2017
18	366 days – Roadside Protests in Kilinochchi - 22 /02/2018	Las Propuestas Ambientales Fuera De Las Elecciones Salvadoreñas - 13/02/2018
19	One Year in Kilinochchi - 22 /02/2018	Foro Con Candidatos Sin Propuestas Para La Juventud Rodeada De Violencia - 19/02/2018
20	Tech vs. Democracy - 23 /02/2018	La Zafra Verde Se Esfuma En Medio De Los Cañales - 20/02/2018

Para a análise dos artigos citados acima, iremos adotar alguns pontos da sistematização metodológica de Targino (2009), e seguiremos os seguintes elementos de análise:

- quantificação dos editoriais / incidência de matérias novas;
- categorização dos temas e subtemas mais explorados: o que publica?;
- incidência de palavras expressivas da filosofia de ação do CMI;
- autoria: quem publica?;
- inserção de comentários: quem comenta?;

- qualidade técnica via critérios de noticiabilidade (Tabela 1)
- inclusão de ilustrações;
- colocação de *links* com outras matérias / instituições / autores;
- classificação dos editoriais quanto à abrangência espacial: locais, regionais, nacionais ou internacionais;
- idioma;
- categorização dos editoriais quanto à função e ao gênero.

Capítulo IV - Análise e discussão

Vamos iniciar a análise com a identificação dos temas e subtemas, e verificar se de fato os artigos seguem a linha editorial proposta pelos sites. Também verificaremos a frequência de postagens e matérias novas. Já abaixo, apresentamos dois quadros com os temas mais recorrentes em cada site:

Tabela 4

Síntese dos Temas

TEMAS GROUNDVIEWS	Nº DE VEZES QUE APARECE	TEMAS HABALCENTRO	Nº DE VEZES QUE APARECE
Eleições	3 X	Ação/Manifestação Popular	4 X
Política e Governança	8 X	Justiça social	1 X
Paz e Conflito	2 X	Educação	1 X
Apoio Jurídico	1 X	Sustentabilidade e Meio Ambiente	10 X
Saúde	1 X	Direitos Humanos	3 X
Gênero	3 X	Criminalização de Movimentos Sociais	1 X
Jornadas de Luta	1 X	Eleições	2 X
Mídia e Comunicação	3 X	Saúde	1 X
Reforma Constitucional	1 X		
Direitos Humanos	3 X		
Pós-guerra	3 X		
Justiça	1 X		
Economia	1 X		
Independência	8 X		

IV. 1 - Groundviews e HablaCentro: política editorial

-Groundviews: De acordo com nossas observações, os temas apresentados nas vinte postagens apresentadas acima são Eleições, Política e Governança, Paz e Conflito, Apoio Jurídico, Saúde, Gênero, Jornadas de Luta, Mídia e Comunicação, Reforma Constitucional, Direitos Humanos, Pós-guerra, Justiça, Economia, Independência. Nota-se ainda, a repetição de alguns temas, como Paz e Conflito (2x), Pós-guerra (3x), Eleições (3x), Direitos Humanos (3x), Gênero (3x), Mídia e Comunicação (3x), Política e Governança (8x), Independência (8x). Dos temas com maiores repetições temos que, do menos para o mais repetido:

-Paz e Conflito: tema que se repete duas vezes, nos artigos *Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy'* e *Corridors of Power at Dhaka Art Summit 2018*. A primeira, também ligada ao tema eleições, fala da esperança de volta à normalidade no pós-guerra, com a eleição do novo governante. A segunda é sobre um projeto artístico e arquitetônico, integrado entre Sri Lanka e Bangladesh que visa incentivar a cidadania e participação cívica ativa dos cidadãos nas questões de governança.

-Pós-Guerra: a primeira das três sob este tema é *Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa*, que fala sobre a inserção das mulheres na política depois da guerra civil em Batticaloa, e os desafios da participação eleitoral das mulheres como candidatas. As outras duas são *366 days – Roadside Protests in Kilinochchi* e *One Year in Kilinochchi*. As duas matérias fazem uma cobertura de um ano de protestos em Kilinochchi, norte do Sri Lanka, onde familiares de desaparecidos na guerra civil do Sri Lanka reivindicam direitos. Relatam também as pressões e adversidades sofridas pelos manifestantes sem apoio do governo.

-Eleições: três matérias, sendo a primeira a já referida no item acima, *Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa*. As outras duas são *A Plea for Sanity in a Time of Uncertainty* e *Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy'*, que analisam e contextualizam a situação política no Sri Lanka pós eleições de 10 de fevereiro. As duas matérias dão conta dos acontecimentos e desdobramentos pós eleições e projetam possibilidades futuras para o próximo governo. Além de marcar a popularidade de alguns políticos no país.

-Direitos Humanos: tema debatido em *366 days – Roadside Protests in Kilinochchi* e *One Year in Kilinochchi*, (já referidas no item Pós-Guerra) e em *70 Years of Independence - Muthalagu Pradeepan*, que mostra um depoimento em vídeo do pesquisador de campo e ativista do Centro de Alternativas Políticas, Muthalagu Pradeepan. Ele aborda a discriminação histórica contra os tâmeis, que continuam sendo uma das comunidades mais marginalizadas do país.

-Gênero: tema presente nas postagens *Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa* (já referida em Eleições e Pós-Guerra), *Against All Odds: Sri Lankan Women at the 70th Year of Independence* e *Independent Woman*, sendo as duas últimas, respectivamente sobre, a luta das mulheres por maior representação política, contra discriminação de gênero, machismo e sociedade patriarcal e a situação atual das mulheres no Sri Lanka nos setenta anos de independência, e sobre uma análise de uma cartaz/colagem, que fala sobre a evolução da mulher na sociedade.

-Mídia e Comunicação: tema repetido em *New editors. Plus ça change, Tech vs. Democracy* e *Corridors of Power at Dhaka Art Summit 2018*. As duas primeiras matérias tratam, respectivamente, da remoção de um conteúdo do instagram, que denunciava um caso de suposto suborno entre um empresário e o vice-primeiro ministro russo e da nova redatora-chefe do Grundviews. A terceira matéria já foi referida acima, no tema Paz e Conflito.

-Política e Governança: um dos temas mais repetido entre as vinte postagens, e que se encontra em *Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa*, *A Plea for Sanity in a Time of Uncertainty*, *Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy'*, *Corridors of Power at Dhaka Art Summit 2018* (que já foram referidas nos temas anteriores), *From an Electoral Drubbing to a Manufactured Crisis*, uma análise crítica dos eleitos nas eleições locais do dia 10 de fevereiro de 2018, que tenta posicionar os eleitos e suas respectivas atribuições como sendo apenas locais e não com capacidade direta para mudar a política nacional, *A Welcoming Nation?*, sobre como a minoria burgher (nome pelo qual são conhecidos os descendentes de portugueses e holandeses no Sri Lanka) é discriminada e a falta de política pública contra isto, *Induction of the 24th President of the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka: A false start*, postagem sobre a cerimônia de posse do Sr. Jagath Perera, como o 24º Presidente de Revisores Oficiais de Contas do Sri Lanka (ICASL – sigla em inglês) e *Caged Independence*, que fala como mesmo depois da independência o Sri Lanka não consegue liberdade, sendo uma nação baseada em uma construção colonial, onde há minorias que nunca foram livres, apenas mudando o colonial pela dominação das majorias étnicas.

-Independência: por fim, também um dos mais repetidos, temos Independência, presente nas postagens *A Welcoming Nation?*, *Against All Odds: Sri Lankan Women at the 70th Year of Independence*, *Independent Woman*, *Caged Independence*, *70 Years of Independence - Muthalagu Pradeepan* (já referidas nos itens anteriores), *70 Years of Independence - Vicky Shahjahan*, vídeo com depoimento de Vicky Shahjahan, artista visual que fala sobre o estigma que persiste em relação a indivíduos não-conformes ao gênero, e destaca a necessidade de fazê-los se sentirem incluídos nos locais de trabalho e na sociedade em geral e *70 Years of Independence - Dr Chandraguptha*

Thenuwara, também um vídeo depoimento do Dr. Chandragupta Thenuwara, fundador da Academia de Belas Artes de Vibhavi, que fala da importância de um sistema educativo melhor e mais inclusivo.

De posse destas informações podemos perceber que os temas das postagens no Groundviews, tanto os mais repetidos, quanto os restantes já referidos, perpassam pela linha editorial estabelecida pelo site, que preza a integridade, coragem, responsabilidade, conhecimento, justiça e igualdade.

A frequência de postagens foi diária, inclusive com mais de uma postagem por dia, como no caso dos dias 18, 19 e 22 de fevereiro. O único dia sem postagem da amostragem foi o dia 20.

HablaCentro: No HablaCentro, as vinte postagens selecionadas (Tabela 3) apresentam os seguintes temas: Ação/Manifestação Popular, Justiça social, Educação, Sustentabilidade e Meio Ambiente, Direitos Humanos, Criminalização de Movimentos Sociais, Eleições e Saúde.

Do menos ao mais repetido temos, Eleições (2x), Direitos Humanos (3x) Ação/Manifestação Popular (4x) e, o tema que mais vezes se repete, Sustentabilidade e Meio Ambiente (10x). Abaixo segue um breve resumo das postagens com os temas mais frequentes.

-Eleições: a primeira postagem referente a este tema é *Las Propuestas Ambientales Fuera De Las Elecciones Salvadoreñas*, que trata do fórum sobre "Direitos Humanos e Meio Ambiente: Projeções Legislativas 2018-2021", que convidou candidatos à deputados para que pudessem explicitar suas plataformas e propostas para melhorar a situação relativa às políticas voltadas para a questão do meio ambiente em El Salvador. A matéria denuncia que, no entanto, apenas candidatos de partidos pequenos e candidatos independentes se fizeram presentes, e que os dos partidos com mais “peso”, tanto de direita quanto de esquerda, não compareceram e, por isso, o texto sugere aos cidadãos levar este fator em consideração na hora de votar. A segunda vez em que o tema aparece é em *Foro Con Candidatos Sin Propuestas Para La Juventud Rodeada De Violencia*, que trata do fórum realizado pelos estudantes do Complexo Educacional do Distrito de Itália, no município de Tonacatepeque. A ideia era fazer um fórum público para ouvir sobre as propostas das plataformas eleitorais dos partidos políticos na área de Educação e Juventude. Segundo o artigo, os candidatos (apenas dois) que se apresentaram tinham propostas incompletas sobre os temas e estavam interessados em ouvir mulheres jovens desta área.

-Direitos Humanos: sob este tema há três postagens entre as vinte selecionadas, que são *Demandan Una Autoridad Hídrica Estatal*, *Mujeres Protestan Contra La*

Privatización Del Agua e Las Propuestas Ambientales Fuera De Las Elecciones Salvadoreñas (já referida acima). A primeira fala da controvérsia surgida após a decisão dos deputados dos partidos políticos da direita salvadorenha, dentro da Comissão de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas da Assembléia Legislativa, sobre as instituições de governo da água, que se presume ser predominantemente sob a direção da empresa privada. A segunda é sobre o protesto que reuniu Mulheres camponesas, agricultoras, donas de casa e ativistas feministas, contra a privatização do abastecimento de água na comunidade La Chaca, na capital salvadorenha. O texto culpa os partidos de direita na Assembleia Legislativa de fazer um debate raso sobre a proposta de privatização. Como o protesto também reivindicava a regularização do abastecimento hídrico potável para outras comunidades que sofrem com falta de água, esta postagem também está relacionada com o tema Sustentabilidade e Meio Ambiente, Ação/Manifestação Popular, Justiça Social.

-Ação/Manifestação Popular: tema repetido quatro vezes em *El Salvador Es El Primer País De América Latina Que Prohíbe La Minería Metálica*, sobre a aprovação de lei que proíbe a mineração em El Salvador, que passa a ser o primeiro país da América Latina com uma lei deste tipo aprovada, *Lanzan Alianza Social Por La Defensa Del Agua En El Salvador*, que fala do ato que reuniu diferentes redes administradoras de sistemas comunitários de água, comunidades organizadas, meios de comunicação alternativos, organizações ambientais e sociais, contra a privatização da água no país. E, em terceiro, o tema aparece também em *Caminata De La Virgen De La Resistencia Frente A La Minería*, que é sobre uma caminhada homenagear todo 14 de setembro de cada ano, para o templo do monumento da chamada Virgem da Resistência, contra a mineração em El Salvador. A quarta vez que o tema aparece é em *Mujeres Protestan Contra La Privatización Del Agua* (já referido no item anterior).

-Sustentabilidade e Meio Ambiente: as matérias veiculadas tendo este por tema central são *El Salvador Es El Primer País De América Latina Que Prohíbe La Minería Metálica*, *Caminata De La Virgen De La Resistencia Frente A La Minería*, *Las Propuestas Ambientales Fuera De Las Elecciones Salvadoreñas*, *Lanzan Alianza Social Por La Defensa Del Agua En El Salvador* (todas já referidas nos itens anteriores), *No Crean Que Nos Tiran Agua Bendita - Nos Rocían Químicos*, *Las Dejaron Sin Agua Por Las Exploraciones Mineras*, *Más De 7 Mil Personas Intoxicadas Por Agroquímicos*, *Desinterés Político Por La Ley De Agua*, *La Organización Es La Clave Para Defender La Ley Contra La Minería*, e *La Zafra Verde Se Esfuma En Medio De Los Cañales*.

No Crean Que Nos Tiran Agua Bendita *No Crean Que Nos Tiran Agua Bendita - Nos Rocían Químicos* é sobre o caso da contaminação de pesticidas em fontes de água, terra, plantações e a saúde de camponeses em comunidades costeiras, problema que também é abordado em *Más De 7 Mil Personas Intoxicadas Por Agroquímicos*, que

relata a exposição contínua a pesticidas, durante um longo período, pelos agricultores, causando estragos em sua saúde, que se manifesta principalmente na doença renal crônica. Em *Las Dejaron Sin Agua Por Las Exploraciones Mineras*, é noticiado os impactos sociais e ambientais na comunidade de San Isidro, Cabañas, causados pela mineradora OceanaGold e a falta de vontade política para determinar responsabilidades a esse aumentando a longa lista de casos de ausência de justiça ambiental no país.

Desinterés Político Por La Ley De Agua noticia a ausência de representantes políticos do governo no “Fórum Departamental para a gestão da água pública e comunitária”, realizado na cidade de Sonsonate. O texto aponta a ausência como um desinteresse dos gestores numa questão fundamental para a população. *La Organización Es La Clave Para Defender La Ley Contra La Minería* fala da pressão que empresas mineradoras estão fazendo junto ao governo de El Salvador para que revogue a lei que proíbe a mineração em grande escala no país. A matéria aponta ainda que, embora exista a lei, que nem sempre é cumprida, não há garantias e que a única forma de fazer frente às pressões empresariais é o diálogo com a população, no sentido de uma organização social que possa reivindicar a restauração dos direitos da população afetada pelos grandes projetos de mineração, além de uma alternativa sustentável para os mineradores

Por fim, em Sustentabilidade e Meio Ambiente, temos o artigo *La Zafra Verde Se Esfuma En Medio De Los Cañales*, que relata o incêndio que destruiu cerca de 1.244 árvores de cacau, produção que serve de fonte de renda e subsistência de mais de 30 habitantes da área da comunidade de Taura, em San Carlos Lempa, El Salvador. A matéria aponta como culpados pelo as usinas açucareiras, que com frequência ateiam fogo nas suas plantações de maneira descontrolada e irresponsável. Também culpam o poder público de ser conivente ao não fiscalizar, regular e controlar as práticas precárias de cultivo de cana-de-açúcar na região.

No caso de HablaCentro, em observância aos temas mais vezes repetidos e as outros que apenas uma vez apareceram nas vinte postagens, embora não haja linhas editoriais explicitadas em como no Groundviews, as postagens estão em concordância com o que prega a linha editorial do site e reforçam as informações locais, que dificilmente sairiam em algum veículo da grande mídia. Dessa maneira o HablaCentro cumpre o que se propõe, mantendo os cidadãos informados e atuando como incentivador da participação cívica em diversos setores da sociedade.

É possível notar, diante dos temas trabalhados nos dois sites, e da maneira como são abordados, com enfoques nas consequências para a população, de cada fato noticiado, que tanto o Groundviews, quanto o HablaCentro, se não cumprem de todo, se esforçam em manter a premissa não só das suas respectivas linhas editoriais. Mas,

ao possibilitarem e incentivarem a produção e envio de notícias pelos cidadãos, de maneira inclusive o mais simples possível, como no caso do HablaCentro, onde um artigo pode ser enviado por SMS, os dois sites também vão na direção da própria definição da prática e objetivo do jornalismo cidadão, que, principalmente, é o ato de manter um cidadão, ou grupo de cidadãos, com um papel ativo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações. (Bowman e Willis 2005).

IV. 2 - Autoria: quem publica?

O surgimento da *Web* permitiu o aparecimento de uma profusão de conteúdo compartilhado em rede, graças à possibilidade de se criar sites pessoais, redes sociais, canais de audiovisual e afins. Aqueles que antes eram tidos apenas como consumidores, passaram a ser também produtores, quer seja de notícias, literatura, pequenos filmes, etc. Mas mais do que produzir, a internet possibilitou também a distribuição em rede, ou seja, global, de toda essa nova produção de conteúdo, informativo ou não.

O desaparecimento da linha que colocava produtor de um lado e consumidor de outro, tem especial impacto na relação do jornalista/jornalismo/produção de notícias com o público. A relação entre jornalismo e audiência sempre foi complicada, mesmo paradoxal de certa forma: de um lado, está o jornalismo e o jornalista, oferecendo um serviço público para o qual ele precisa de uma audiência. Do outro lado, está audiência, que só desempenha (ou costumava desempenhar) um papel subordinado nas rotinas diárias de redação. (Loosen & Schmidt, 2012)

Com a quebra da fronteira entre produtores e consumidores, surgem novos atores dentro do ciclo produtivo do jornalismo em rede, são os chamados *prosumers* (neologismo criado a partir das palavras inglesas *producer*=produtor + *consumer*=consumidor) e/ou *producers* (outro neologismo derivado das também palavras de origem inglesa *producer*=produtor + *user*=usuário). Wang (2016), alinhando com Burns e Jenkins, define tais conceitos, em específico para o campo do jornalismo, como sendo um tipo híbrido, adotado pelos públicos das notícias na Web 2.0 e que combina os papéis de produtor e usuário.

Segundo Wang, ao desempenharem o duplo papel de produtor e consumidor na Web, as pessoas moldam hábitos próprios de uso da mídia e desenvolvem suas próprias redes. Para ele, os *producers/prosumers* contribuem para as esferas públicas em rede, filtrando, comentando, gostando, retuitando, usando mídias sociais, avaliando e distribuindo informações de várias fontes. Em linhas gerais, a internet, se

não gerou, impulsionou o fenômeno do cidadão como produtor de informação. (Canavilhas, 2012).

Isso é um reflexo direto do que Jenkins chama de *cultura participativa*, que segundo o autor (2009, p. 24-25):

[...]contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras.

Ainda Jenkins, acredita que esse tipo de relação existente, surgida com a cultura participativa, tem um potencial que aos poucos vai se revelando e sendo posto em prática. Um exemplo dado por Jenkins (2009) desse potencial, é a descoberta das *fan fictions*³², pelos jovens usuários da internet. O *feedback* direto recebido por cada escritor de *fan fictions* é possibilitado pela relação de interação entre escritor e leitor, advinda da Web 2.0, o que, segundo Jenkins, nas comunidades e sites que publicam este tipo de texto, faz surgir o incentivo para que o leitor atravesse a fronteira e se torne, ele também, um escritor.

Entre outras coisas, Jenkins aponta algumas possibilidades nesse processo de desenvolvimento das *fan fictions*: descoberta de novas formas de expressão; produção de texto de maneira coletiva, o que pode favorecer o desenvolvimento de senso crítico dos envolvidos, desenvolvimento de vocabulário básico e de formas narrativas.

Dentre as mudanças potenciais e as já ocorridas pela quebra da fronteira entre produtor e consumidor, uma nos é mais importante ressaltar neste tópico: a nova noção ou conceito do que vem a ser um autor. Ainda para Jenkins, o autor, ou a autoria, na era da Web 2.0, onde a partilha de conteúdo não tem limites (ou tem pouquíssimos), perde a “aura sagrada” que antes possuía, quando a possibilidade de fazer circular ideias e informação era limitada. “À medida que expandimos o acesso à distribuição em massa pela web, nossa compreensão do que significa ser autor – e que tipo de autoridade se deve atribuir a autores – necessariamente muda.” (2009, p. 251)

No que se refere ao conceito de autor e autoria, Targino afirma que:

³² “Fan fiction ou ‘fanfic’: termo que se refere, originalmente, a qualquer narração em prosa com histórias e personagens extraídos dos conteúdos dos meios de comunicação de massa, mas rejeitada pela LucasArts, que, em suas normas para produtores e diretores de filmes digitais, exclui qualquer obra que procure “expandir” seu universo ficcional.” (Jenkins, 2009, p. 381)

O conceito de autoria, antes referência à individualidade, ou seja, à identidade formalizada do autor em suposta objetividade, pressupondo o binômio autor x obra ou sujeito x objeto, está totalmente desfigurado, quer entre o universo impresso ou eletrônico, quer entre veículos tradicionais ou alternativos[...] Agora, em seu lugar, obras resultantes do esforço conjunto de um grupo de criadores, entre escritores, produtores, artistas, músicos, fotógrafos, na condição de autores de filmes, textos eletrônicos, conexões entre discursos etc. Nem esses modos de expressão, nem essas produções, nem sua leitura se dão de forma linear e unívoca. (2009. P. 226)

Para Targino essas mudanças não se restringem à produção cultural, e aingem também a produção jornalística: “Nas redações físicas ou virtuais, cada vez mais textos são costurados a várias mãos, assinalando créditos ou não ao produto final, tal como ocorre em *sites* e *blogs* ou em quaisquer das modalidades de imprensa alternativano jornalismo[...]” (2009, p. 226)

Outra questão importante sobre autores e autoria na rede, diz respeito ao anonimato, defendido inclusive pelo HablaSalvador (um dos sites agregados ao HablaCentro, como forma de preservar a segurança do autor do texto publicado): “Los nombres de los colaboradores no serán publicados por motivos de seguridad.” (2010).

Foucault, em uma conferência que posteriormente virou o livro “O que é um Autor? ”, apontava a morte do autor, e acreditava defendia que, historicamente, um texto só possuía autor se fosse potencialmente transgressor, ou seja, passível de punição ao autor. Como exemplo, Foucault (2002) usa os textos literários que na antiguidade circulavam sem autoria definida, ao contrário dos científicos que, por se tratarem de textos de cunho pragmático com inferências na realidade e possíveis consequências no cotidiano da população, tinham que, necessariamente ser assinados por um autor, para que em caso de contestação, retificação ou mesmo punição das ideias ali expostas, precisa ser identificado.

Embora Foucault admita que a função do autor não é exercida de maneira uniforme e constante em todos os discursos, a ausência de autoria no jornalismo, principalmente no jornalismo cidadão praticado aos moldes dos sites aqui pesquisados, pode acarretar, entre outras, a perda de credibilidade, sendo a pergunta “que importa quem fala?”, feita no início do texto de Foucault, inclusive uma questão ética.

Feito este preâmbulo teórico, apresentamos, a seguir, um quadro com os autores de cada postagem feita em ambos os sites. O número ao lado do nome do autor corresponde diretamente ao número ao lado de cada título (Tabela 3), indicando que o nome referido é do autor da matéria assinalada.

Tabela 5

Autores das postagens

	GROUNDVIEWS	HABLACENTRO
Nº	Nomes	
1	Sarala Emmanuel	Alfredo Carías
2	Groundviews	Alfredo Carías
3	KRYSTLE REID	Alfredo Carías
4	Groundviews	Alfredo Carías
5	Pasan Jayasinghe	Alfredo Carías
6	Groundviews	Alfredo Carías
7	Groundviews	Sem autoria
8	Subha Wijesiriwardena	Alfredo Carías
9	Minal Wickrematunge	Alfredo Carías
10	DR. THAMIL VENTHAN ANANTHAVINAYAGAN	Alfredo Carías
11	Prof. Jayadeva Uyangoda	Sem autoria
12	Tisaranee Gunasekara	Andrew Bentley
13	Dr. Kalana Senaratne	Alfredo Carías
14	Ameer Faaiz	Alfredo Carías
15	Nivendra Uduman	Alfredo Carías
16	Sanjana Hattotuwa	Alfredo Carías
17	Groundviews	Alfredo Carías
18	Ruki Fernando	Alfredo Carías
19	Groundviews	Alfredo Carías
20	Guy Verhofstadt	Alfredo Carías

Diante do quadro apresentado podemos inferir que o site Groundviews parece cumprir o que dita uma das premissas do jornalismo cidadão, que é a pluralidade de vozes. Ao contrário, no HablaCentro há a predominância de um único autor, fato que talvez se deva à origem das postagens, que foram agregadas, em sua maioria, do site HablaSalvador.

IV.3 - Inserção de comentários: quem comenta?

Neste quesito o HablaCentro não consegue cumprir uma das premissas do jornalismo cidadão na Web 2.0, que é a interatividade e busca pelo diálogo. Nenhuma das vinte postagens selecionadas no site apresenta comentário, de maneira que impossibilita a análise neste tópico.

Já no Groundviews, das vinte, pelo menos metade das postagens apresenta comentários. Os títulos dos artigos e respectivo número de comentários são, do menos ao mais comentado: Making Ripples in Public Political Space: The Entry of Women into Local Government in Post War Batticaloa (1), Mental Health and Stigma in Sri Lanka (1), A Welcoming Nation? (2), From an Electoral Drubbing to a Manufactured Crisis (2), Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy' (2), A Plea for Sanity in a Time of Uncertainty (3), New editors. Plus ça change (5).

Dando, assim, a soma de dezesseis comentários nos dias que abarcam as vinte postagens. Isto nos leva a inferir, pela média, que os princípios de interação, diálogo, crítica e acréscimo de informação, característicos do jornalismo cidadão praticado em rede, foram contemplados pelo Groundviews.

Os teores dos comentários seguem o recomendado pela linha editorial do site, e promovem o debate no nível respeitoso. Mesmo quando discordam do autor do texto e indicam caminhos diferentes para tratar o assunto, ou acrescentam alguma informação que o comentador ache importante, como em um comentário feito por "Fitzpatrick" no post *From an Electoral Drubbing to a Manufactured Crisis*: "*I suggest TS read yesterday's Sunday Times, Kishali Pinto-Jayawardena has beautifully laid out the reason for the defeat. I have quoted below two of the most insightful passages I have read in recent times*".

Os comentários também variam do apoio e ratificam as informações dadas no artigo, como o que foi feito por "Liyanage": "*Valid points. In my opinion, by SL standards, both the President and the PM are decent politicians, in spite of not having the intellectual capacity to be truly great leaders. [...]*". Mas também podem vir discordar, inclusive acompanhados de certa ironia no que diz respeito à importância do artigo. É o caso do comentário feito por "puniselva": "*Thanks for reminding me that*

I, as a citizen, deserve to have at least one leading state functionary to abide by political ethics, law, and the constitution". Por fim, os comentários do post com mais comentado, apresentado acima, se resumem a dar boas-vindas à nova editora do Groundviews. Como visto, todos os comentários são "assinados".

Para finalizar este tópico, a análise dos comentários levar a crer que, no caso do Groundviews, a área de comentários e a participação das pessoas que leram os posts estão de acordo com o que diz Orihuela (2006), quando define os comentários como sendo um espaço de diálogo entre autores e leitores e, por consequência, um fonte de enriquecimento dos próprios posts, que serve como maneira de atualizar os textos publicados e comentados, fazendo cruzamento com a realidade dos leitores, ou seja, a construção coletiva do texto. E esta é também mais uma das características do jornalismo cidadão na Web 2.0 que o site consegue incorporar.

IV.4 - Qualidade técnica via critérios de noticiabilidade

Aqui avaliaremos as postagens em sua estrutura, de acordo com critérios explorados no capítulo 1 deste trabalho (Tabela 1). Como nos tópicos anteriores, vamos elencar as categorias e suas respectivas postagens.

Tabela 6

Valores-notícia em cada postagem

Valores-notícia de seleção/Substantivos	Groundviews/Nº da postagem	HablaCentro/nº da postagem
Morte	5, 18, 19	4, 15
Notoriedade	6, 11, 12, 13	13, 18, 19
Proximidade	Todas	Todas
Relevância	1, 6, 11, 12,13,17,20	1, 2, 3, 4, 8, 13, 16, 200
Novidade	1, 6, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 20	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12, 13, 14, 20
Tempo	1, 2, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20	1, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 15, 16, 17, 20
Notabilidade	14, 18, 19	5, 14, 20
Inesperado	Nenhuma	13, 18, 20

Conflito	6, 14, 18, 19, 20	2, 3, 5, 11, 14, 15, 16, 17
Infração	5, 6, 10, 15, 18, 19	2, 3, 4, 5, 15, 20
Escândalo	Nenhuma	Nenhuma
Contextuais		
Disponibilidade	-----	-----
Equilíbrio	-----	-----
Visualidade	2, 4, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 18, 19	1, 9, 14, 15, 17, 20
Concorrência	-----	-----
Dia Noticioso	-----	-----
Valores-notícia de construção	Groundviews/Nº da postagem	HablaCentro/nº da postagem
Simplificação	Todas	Todas
Ampliação	3, 5, 10, 13	1, 2, 4, 13, 16, 17, 18
Relevância	1, 3, 5, 6, 7, 6, 8, 11, 12, 13	1, 2, 3, 4, 13, 14, 17, 18, 19, 20
Personalização	1, 6, 14, 15, 18, 19, 20	12, 15, 20
Dramatização	1, 3, 5, 10, 15, 18, 19	2, 3, 14, 17, 20
Consonância	Todas	Todas

Pela quantificação dos dados é possível perceber a presença de quase todos os valores-notícia já descritos no capítulo 1. No entanto, há a predominância, entre as vinte postagens de cada um dos sites, dos valores-notícia Proximidade, Simplificação e Consonância.

Isso significa que, primeiro, tanto o Groundviews quanto o HablaCentro publicam conteúdos relacionados aos locais onde foram criados. Ou seja, as postagens são, no geral, de acontecimentos geograficamente próximos dos autores e dos leitores dos sites, e também culturalmente próximos, com elementos que facilmente são

reconhecíveis pelo público alvo das postagens. Segundo, ao incorporarem o valor-notícia Consonância os sites seguem um dos pressupostos mais importantes do jornalismo cidadão, que é o de contextualizar as matérias sempre com a realidade social, econômica, política, cultural e organizacional na qual os sites se inserem. As postagens podem comprovar isto. A Simplificação mostra a preocupação dos sites de se fazerem entendíveis para a população.

Aliás, outro critério importante, que nos permite caracterizar as postagens do site como informação jornalística, mesmo como notícia, embora não sigam à risca os padrões já apresentados no segundo capítulo que mais ou menos definem a estrutura de uma notícia, é a presença maciça dos valores, Relevância, Novidade e Tempo. Isso significa que as postagens, respectivamente, são importantes e tem relevância para as pessoas ou para o país (no caso, pessoas do Sri Lanka e El Salvador), e que, também, relatam eventos recentes, novos, ou mesmo resgatam eventos e contextualizam seus desdobramentos no tempo presente. Os valores Proximidade e Tempo também são uma característica importante que ressalta o potencial da internet na divulgação dos acontecimentos.

Por outro lado, temos os valores-notícia ausentes, nas vinte postagens de cada site, que são o Inesperado e Escândalo, o que não constitui preocupação no que diz respeito ao jornalismo cidadão e mesmo ao jornalismo em si. Por tanto, a ausência desses valores-notícia não afeta a produção dos sites, nem sua qualidade e nem as definições editoriais de informação, promoção do debate e participação cívica.

Há também outros que não puderam ser apresentados e quantificados, como é o caso dos Disponibilidade, Equilíbrio, Concorrência e Dia Noticioso, que não puderam ser identificados e analisados, por conta da não resposta dos sites ao questionário à que forma submetidos durante nossa pesquisa, de maneira que não nos é possível esclarecer estes pontos. De qualquer modo, esses elementos também não constituem grande preocupação, uma vez que, como lembra Targino (2009), a inexistência de um só jornalismo impede a fixação de valores-notícia infalíveis.

O mais importante aqui, é notar que quanto mais valores-notícia as publicações tiverem, mais próximo estão de serem classificadas como jornalismo³³. Targino ressalta ainda que:

O relevante é a compreensão de que os critérios prevalecentes para[...] são, como previsto por Hall (2003), mapas de significados ou mapas culturais[...] sobretudo, um código ideológico. Os valores-notícia nem

³³ “Dizendo de outra forma, a noticiabilidade incorpora requisitos imprescindíveis aos eventos para que possam conquistar o *status* de notícia.” (Targino, 2009, p. 183)

são naturais nem tampouco almejam a utópica neutralidade do jornalismo, tão discutida por teóricos referendados[...]" (2009, p. 184)

Um detalhe importante a ser percebido é a disparidade no valor-notícia Ampliação, tendo o Groundviews apresentado apenas quatro postagens, enquanto que o HablaCentro soma sete. A Ampliação tem por objetivo criar um público maior, através da comoção, da generalização (Traquina, 2005b), o que por vezes pode ser perigoso ao beirar o sensacionalismo. Talvez isso aconteça com mais frequência no HablaCentro por se tratar de um agregador de notícias que dizem respeito a América Central, o que pode explicar a ocorrência quase constante da Ampliação.

IV.5 - Inclusão de ilustrações e links

Em referência direta ao valor-notícia Visualidade, todos as postagens possuem alguma imagem, e inclusive galeria de fotos, como é o caso da *One Year in Kilinochchi*, no Groundviews. No entanto, optamos por não considerar a ocorrência da Visualidade em todas as postagens selecionadas, por entendermos que a simples colocação de uma imagem não cumpre os critérios definidos para este valor-notícia, que se refere também à qualidade da imagem e ao impacto que ela causa. (Traquina, 2005b).

Quanto aos *hiperlinks*, o Groundviews apresenta em 80% do conteúdo analisada aqui, inclusive com a seção *Also read*, que vem no final dos textos, como nota do editor, que liga a matéria à outras relacionadas, no mesmo site. As únicas exceções são as publicações *Sri Lanka's Gradual Return to 'Normalcy'* e *A Plea for Sanity in a Time of Uncertainty*. Isso reafirma a possibilidade de construção múltipla do texto e de caminhos subjetivos de leitura que a *Web 2.0* oferece, e que o site sabe bem aproveitar.

Já o HablaCentro infelizmente não apresenta nenhum *hiperlink* nos seus textos, salvo as *tags* e categorias relacionadas que são apresentadas, de maneira que o leitor possa percorrer, no próprio site, outras leituras que se associem com o tema. Isso significa uma grande desvantagem para o site em relação às possibilidades oferecidas pela *Web 2.0*. Orihuela (2006), já apontava, no seu estudo sobre os blogs, que os hipertextos, são recursos fundamentais para estabelecer a relação dialógica entre os autores dos textos e os leitores, pois é com eles que o autor pode oferecer outros pontos de vista, favorecendo o melhor entendimento da publicação, pode também destacar temas relacionados que ele julgue interessantes, para que o leitor avalie e tire suas próprias conclusões. É isso, que para Orihuela, vai pautar as discussões que se seguem à postagem, pois permite novos caminhos e novos olhares.

IV.6 - Abrangência e idioma

No que diz respeito à abrangência, as postagens do Groundviews se focam apenas no Sri Lanka, com exceção de *Tech vs. Democracy*, que se refere à um fato ocorrido na Rússia, e *Corridors of Power at Dhaka Art Summit 2018*, que fala de um evento que teve lugar em Dhaka, capital de Bangladesh. De resto, todas as postagens, apesar de terem o intuito de ser nacional, se focam principalmente em Colombo, maior cidade e centro financeiro do Sri Lanka.

Como referido anteriormente, o HablaCentro tem a pretensão de falar dos acontecimentos na América Central, de modo que sua abrangência seria maior, o que acaba sendo comprometido pela alta taxa de publicação de conteúdos relacionados apenas à El Salvador. Das vinte postagens selecionadas apenas duas vem do site HablaGuate, que noticia fatos ligados à Guatemala.

Ou seja, a maior incidência de postagens é de caráter regional, o que reafirma a linha editorial dos dois sites e, de certa maneira, ajuda na promoção do debate público na sociedade que eles cobrem. Além do mais, corroboram o valor-notícia de proximidade, que pode gerar um sentimento de pertencimento e representatividade nos leitores dos sites.

Já na questão do idioma, também em consonância com o valor notícia Proximidade, que pode ser tanto geográfica quanto cultural, os idiomas adotados pelo Groundviews e pelo HablaCentro são, respectivamente, inglês e espanhol. Nos dois casos há vantagens em relação ao que pregam os sites e também no que tange às premissas do jornalismo cidadão: primeiro, por ser o inglês uma das línguas oficiais do Sri Lanka (junto com as Língua cingalesa, Língua tâmil) e o idioma mais falado no mundo como segunda língua. Segundo, os mesmos motivos são válidos no caso do HablaCentro, sendo o espanhol o segundo idioma mais usado na comunicação internacional³⁴.

Isso favorece tanto a leitura dos cidadãos dos países que os sites concentram sua atuação, como possibilita a ampliação de público e a divulgação global do que ocorre no Sri Lanka e América Central. Ou seja, amplia-se assim também o debate em torno das questões publicadas.

IV.7 - Categorização quanto à função e ao gênero

Embora seja a função informativa a central no jornalismo, o jornalista pode usar alguns recursos textuais de maneira a deixar seu texto mais informativo, opinativo ou interpretativo, sem, no entanto, perder o caráter fundamental da função do

³⁴ Instituto Cervantes, 2016

jornalismo de informar. E, para Targino (2009), é exatamente a manutenção desta essência que permite ao jornalismo se colocar como fundamental na reconstituição da história dos povos.

Ainda de acordo com Targino (2009, p. 199), temos, de maneira resumida, as seguintes funções exercidas pelo jornalismo:

- informativa – divulgar informações, a fim de que os cidadãos se atualizem com fatos ligados à realidade contemporânea, em nível local ou mais amplo;
- educativa – contribuir para a difusão e popularização dos conhecimentos gerados na sociedade, assumindo dimensão didática para compreensão dos itens expostos e mudanças comportamentais dos receptores, distanciando-os da passividade e aproximando-os da prática da leitura crítica ante as mensagens midiáticas;
- social – inserir as informações veiculadas em contexto tão amplo quanto possível: econômico, político, educacional, enfim, cultural;
- cultural – ultrapassar os limites da mera transmissão de fatos ou de eventos, para discutir os aspectos críticos de sua difusão em diferentes meios culturais;
- de entretenimento – dar aos leitores oportunidades de ócio, descanso, lazer;
- econômica – traçar paralelo entre as informações veiculadas e o processo desenvolvimentista das coletividades, ou seja, as implicações sobre o setor produtivo.

Iremos adotar as funções acima para quantificar e especificar as postagens dos sites que estudamos aqui, como visto no quadro abaixo:

Tabela 7

Funções das postagens

Funções	Groundviews/nº da postagem	HablaCentro/nº da postagem
Informativa	Todos	Todos
Educativa	2, 4, 7, 9, 14, 15, 17, 19	2, 11, 16

Social	1, 2, 3, 4, 7, 9, 11, 12, 13, 15	1, 2, 4, 5, 8, 9, 13, 14, 16, 18
Cultural	Nenhuma	Nenhuma
Entretenimento	Nenhuma	Nenhuma
Econômica	6, 8, 10, 11, 12, 13, 17	3, 5, 9, 14, 16, 20

Nada mais justo do que a predominância da função informativa entre todas as postagens tanto do Groundviews, quanto do HablaCentro. Isto confirma mais uma vez, junto com a presença de valores-notícia essenciais, o caráter jornalístico dos textos publicados em ambos os sites..

As funções social e econômica, figuram em segundo lugar como as com mais publicações, em média. Isso mostra a abrangência que as publicações têm, fazendo ligação direta com os valores- notícia Proximidade e Consonância. Ou seja, os sites conseguem inserir suas postagens no contexto econômico, político e cultural do cotidiano dos seus autores e leitores. Além de conseguirem também apontar consequências nas suas rotinas, advindas dos fatos noticiados. Em terceiro lugar, especificamente no Groundviews, temos a função educativa, o que indica o caráter didático das postagens, ultrapassando o mero enunciado, já que contextualizam e alertam para as consequências do que foi relatado nos posts. O mesmo acontece postagens do HablaCentro que figuram nesta categoria, como no caso do *post La Organización Es La Clave Para Defender La Ley Contra La Minería*, mostrando o que pode acontecer caso a mineração não seja interrompida,

Com base nas funções descritas na tabela 7 e na análise feita da incidência de cada função nos sites, vamos adotar a tendência mais usual no jornalismo que é a de agrupar os gêneros em informativo, opinativo e interpretativo. Targino explica que:

O jornalismo informativo, [...] restringe-se a descrever e/ou dar informações sobre... O opinativo (editoriais, comentários, artigos, resenhas, colunas, crônicas e cartas), como a terminologia também sugere, permite ao jornalista expor pontos de vista e/ou sua versão sobre... Por fim, o jornalismo interpretativo vai além do informe e da opinião para esmiuçar os motivos e as causas subjacentes ao evento transmutado em notícia. (2009, p. 200)

De posse destas definições, temos que:

Tabela 8

Gênero das postagens

Gênero	Groundviews/nº da postagem	HablaCentro/nº da postagem
Informativo	1, 2, 4, 6, 8, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20	1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Opinativo	2, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13	2, 3, 10, 12, 13, 16, 19, 20
Interpretativo	3, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 19	2, 3, 5, 9, 10, 14, 15, 17, 20

Conclusão

Informar, hoje em dia, já não é só sinônimo de mostrar. Tão pouco informar, na sociedade em rede atual, pode se dar ao luxo de apenas contar. Dizer onde, como, porquê e quando, já não é mais suficiente. A tecnologia digital incrementou de forma espetacular a velocidade de produzir informação e também a profundidade dos conteúdos produzidos. Se qualquer um pode produzir e divulgar informação, se as fontes estão cada vez mais acessíveis e variadas e se as tecnologias de informação e comunicação estão cada vez mais sendo aprimoradas e consumidas, a relação mídia x sociedade se altera substancialmente.

Assim sendo, nada mais natural que seja exigido ao jornalismo a adoção de novos elementos, de novos personagens, e de uma perspectiva que abrange algo mais. Isto implica mudanças no perfil e rotina profissionais. No caso específico do jornalista, este talvez necessite de atualização urgente, isso de maneira que possa assumir novas rotinas profissionais. Ou, ainda, talvez ser jornalista hoje signifique se tornar em um autêntico gestor de informação e conhecimento, além de um transmissor de conteúdo informativo. Ou, numa perspectiva bem mais revolucionária, produzir e publicar informação talvez já não seja mais um papel exclusivo do profissional jornalista.

Ou seja, com a internet surge um novo espaço para as notícias, e um novo modo de fazê-las (Wall, 2015). O jornalismo cidadão é um deles. O jornalismo cidadão reflete uma mudança ampla de paradigma no jornalismo, que vai na direção de dar mais participação a pessoas amadoras ou experientes em outras áreas da sociedade. Isso significa ampliar o ato de pessoas comuns criando conteúdo de mídia que inclui informações (notícias).

Wall (2015) considera que este fenômeno está agora tão interligado com o funcionamento dos meios de comunicação profissionais que é difícil imaginar o jornalismo cidadão - ou o que quer que seja que seja chamado - desaparecendo. A autora não nos deixa esquecer, ainda, que o jornalismo é apenas um conjunto de práticas dentro de uma rede de atividades que compõem a sociedade. E mesmo que o futuro do conceito "jornalismo cidadão", sofra alterações ou seja incerto, a sua prática tornou-se comumente aceita em todo o mundo, sendo visto por milhões como alternativa, como notícias autênticas ou mesmo simplesmente como uma prática diária de cidadania.

Até os próprios profissionais do jornalismo concordam, em grande parte, que o jornalismo cidadão pode trazer notícias de áreas rurais, onde os meios de comunicação não chegam e não têm repórteres, ou de regiões periféricas do globo, onde a cobertura jornalística não incide como deveria. OS próprios jornalistas, inclusive, já definiram o jornalismo cidadão como sendo a produção de conteúdo informativo (quer

seja notícia ou outro gênero jornalístico) envolvendo pessoas "comuns", sem formação formal de jornalismo e que se concentram em questões locais importantes. (Chadha & Steiner, 2015). Como é o caso do Groundviews e HablaCentro.

Ainda assim, uma das polêmicas que ainda aparecem sobre o jornalismo cidadão, e inclusive na presente pesquisa, é saber de fato conceituar tal termo. Kang (2015) admite que a categorização do jornalismo cidadão parece problemática e que os autores usam o termo sem dar-lhe uma definição específica. Para ele, como mencionamos em capítulos anteriores, o jornalismo cidadão pode significar muitas coisas diferentes, tais como fazer upload de matérias, comentar, elaborar relatórios com base em notícias de diversos veículos e publicar e, inclusive, fazer um novo, com a participação do cidadão em todo o processo de produção.

Kang (2015) afirma, ainda, que o jornalismo cidadão tem sido tradicionalmente visto como uma participação espontânea e acidental quando ocorrem desastres naturais, terrorismo, turbulência política, etc. Para o autor esta definição pode soar reducionista, indicando o jornalismo cidadão como simplesmente o produto do acaso facilitado pela tecnologia, isso daria a impressão de que as notícias publicadas em sites de jornalismo cidadão seriam, então, algo estranho à vida cotidiana. O que nos parece de fato refutável, tendo em vista as análises feitas neste trabalho, em cima das postagens do Groundviews e HablaCentro. O que percebemos nestes dois sites vai em concordância com Kang (20015), quando diz que, embora explorado predominantemente como projetos de curto prazo que se direcionam à casos relativamente excepcionais, o jornalismo cidadão nem sempre foi, e nem sempre deverá ser discutido em termos de casos extremos, como os mencionados acima.

Tanto não pode ser entendido como efêmero ou momentâneo, como o jornalismo cidadão cria raízes para outros projetos, e pode dar base inclusive para a formação, por vezes criticadas quando se referem aos autores que publicam em sites como os aqui estudados. Um exemplo é o próprio HablaCentro, que em parcerias com instituições desenvolve projetos e ações concretas rumo à cidadania, como explicado no site: HablaCentro desenvolve currículo e ferramentas de código aberto para ajudar as pessoas na América Latina a se tornarem mais alfabetizados digitalmente e envolvidos civicamente; realiza treinamentos no uso de ferramentas digitais para criar cidadãos mais informados; e conecta colaboradores a oportunidades para que eles possam se sustentar economicamente através de uma cidadania global e informada. (HablaCentro, 2010).

Tanto a parte mais superficial (comentários, compartilhamentos seguidos de pequena opinião, acréscimo de informação, etc) do que aqui consideramos jornalismo cidadão, quanto a parte mais aprofundada e direta (que diz respeito ao cidadão propondo pautas, fazendo coberturas, produzindo texto e publicando) nos parecem

ter sido cumpridas pelos nossos objetos de estudo. Claro, algumas vezes mais, outras menos. Mas sempre focada no que exige o jornalismo cidadão.

Outro ponto importante no que se refere às mudanças produzidas pelo jornalismo cidadão na Web 2.0 no próprio jornalismo são os papéis assumidos pelos editores dentro do processo de produção de conteúdo para os sites. No caso do HablaCentro nos parece haver uma ausência de mediadores, inclusive indicada pela forma como ensinam a publicar as matérias, onde é exigido do próprio autor que revise o texto, que faça as marcações e *tags* e que garanta a originalidade do texto. Mas no Groundviews há a presença de editores que analisam a publicação do material enviado. Ou seja, de alguma forma há ainda a presença do processo de gatekeeping.

Embora o gatekeeping nos sites pareça ocupar outro lugar, como sugere Targino, quando diz que o novo lugar é, agora, do cidadão, jornalista ou não, a quem compete decidir que eventos valem notícia, um fator de mudança também se apresenta, introduzido pelo jornalismo cidadão na era da Web 2.0, que é o surgimento do gatewatching, como salienta Bruns:

Esta mudança foi fomentada por dois aspectos que se combinaram para substituir as práticas de *gatekeeping* por aquelas de *gatewatching*: a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento da *World Wide Web* como uma mídia popular, e o desenvolvimento dos modelos colaborativos para a participação dos usuários e para a criação de conteúdo, que atualmente são frequentemente resumidos sob o rótulo de “Web 2.0”. (2011, p. 122)

Isso nos faz inferir que é quase impossível se falar da predominância de um único modelo de jornalismo cidadão e de prática de mediação/relação entre profissional e amador, quer seja no Groundviews, quer seja no HablaCentro.

Aliás, a gama de possibilidades de relação e produção perde as fronteiras quando se fala em Web 2.0. Os sites aqui estudados são exemplo disso. É possível encontrar a tarefa de alguém que media e seleciona, ou que corrige, mas também é possível ampliar o escopo de atuação deste editor, que hoje passa muito por, participar em um esforço distribuído e organizado de observar, de acompanhar, quais as informações que passam pela multidão de canais disponíveis, quais são os comunicados para imprensa que são feitos pelos atores públicos, quais são os relatórios que são publicados pelos pesquisadores acadêmicos ou pelas organizações da indústria, quais são as intervenções que são feitas pelos lobistas e políticos. (Bruns, 2011)

Ou seja, isso deixa de ser tarefa de uma figura e se descentraliza para outras, ao mesmo tempo que deixa de ser única tarefa, com os usuários da Web 2.0 acumulando o processo de filtragem, organização, distribuição e, em várias vezes, como nos casos aqui estudados, o de produção.

O Groundviews é exemplar neste sentido, onde os colaboradores estão longe de serem “aventureiros solitários”. Eles não só trabalham em estreita colaboração com camadas de editores que verificam seus fatos, mas também têm acesso a vários recursos, incluindo comunicados de imprensa, fontes oficiais, conselhos legais e várias oportunidades de treinamento, ou que os permite produzir de maneira aberta e colaborativa suas próprias pautas e matérias. É uma relação de mutualidade. E o mesmo acontece, por caminhos diferentes, com o HablaCentro, que mesmo não possuindo um editor, no sentido formal, propõe o treinamento e qualificação dos seus colaboradores. E isso se reflete não só no jornalismo cidadão, mas muda o próprio jornalismo em si, quer seja tecnicamente, quer seja em atribuições sociais inerentes da profissão, que seja nos conceitos. Haja vista a revisão de literatura feita no trabalho, que aponta caminhos de constantes mudanças.

Ao estudar o Groundviews e o HablaCentro, foi possível perceber, no entanto, como há disparidades dentro do próprio jornalismo cidadão praticado em rede. São disparidades que tentamos expor aqui, principalmente do ponto de vista da produção noticiosa e os elementos inerentes a ela, de contexto, de técnica, de valores e códigos específicos do fazer jornalístico. Mas são disparidades que também podem ser explicadas pela forma de financiamento, pelo acesso da população à internet, etc, que não nos detemos, por não ser o objetivo do trabalho, mas que podem render outras formas de abordagem importante do jornalismo cidadão na Web 2.0.

Por fim, todo o esforço aqui desempenhado, vem no sentido de tentar mostrar como, nos dias de hoje, da sociedade em rede, da Web 2.0, descartar o cidadão da produção de conteúdo passou a ser um ato anacrônico que sugerir um campo jornalístico um tanto afastado das ruas, das comunidades e da realidade tecnológica/comunicacional em que vivemos.

Ao invés de se atrelar ao medo de que o jornalismo cidadão promete demais, e às vezes não cumpre, ou que ele descreva um mundo que não podemos criar, ou, ainda, que o jornalismo cidadão pode acabar com o jornalismo que tradicionalmente conhecemos, adotemos outro ponto de vista, mais otimista, onde haja expectativas, mesmo que elevadas (por que não?) de que as pessoas comuns possam levantar seus celulares conectados à internet, não apenas para registrar catástrofes naturais, escândalos entre celebridades, mas façam disso uma ação política. O jornalismo cidadão, aliado às novas tecnologia e à Web 2.0, tem potencial de mudar o status quo, de desafiar instituições corrompidas e de expor, corajosamente, as sombras temíveis da opressão midiática, política, econômica e cultural.

Bibliografia

- ARTWICK, C. G. (2004). *Reporting and producing for digital media*. U.S.A: Blackwell Publishing.
- AUMENTE, J. (2004). Reflexiones sobre el impacto da las nuevas tecnologias e internet em los profesionales de la comunicación en España y en el mundo. In E. A. LANGA, J. AUMENTE, M. E. B. NIETO, B. C. RUIZ, L. G. JIMÉNEZ, J. P. GÓMEZ, . . . R. Z. MEDINA (Orgs.), *El Comunicador digital: Transformaciones en las rutinas y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Espanha: Quaderna Editorial
- BERTRAND, J-C. (2002). *A Deontologia dos Media*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- BOWMAN, S. & WILLIS, C. (2005). *Nosotros, el médio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la Información*. The Media Center at The American Press Institute. Recuperado de <http://www.mediacenter.org/mediacenter/research/wemedia/>
- BRAMBILLA, A. M. (2005). *Reconfiguração do jornalismo através do modelo open source*. Brasil: Sessões Do Imaginário.
- BRAMBILLA, A. M. (2005, setembro) Jornalismo open source em busca de credibilidade. *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro Interdisciplinar De Ciências Da Comunicação*, Rio de Janeiro, Brasil. Recuperado de <http://www.ufrgs.br/limc>
- BRIGGS, A. & BURKE, P. (2006). *Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- BRUNS, A. (2011, novembro). Gatekeeping, gatewatching, realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo. Trabalho apresentado no 9º Encontro da SBPJor, “Jornalismo e Mídias Digitais”, Rio de Janeiro, Brasil.
- CANAVILHAS, J. (2007). Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In S. BARBOSA (Org), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros LABCOM. Recuperado de <http://www.labcom.ubi.pt>
- CANAVILHAS, J. & RODRIGUES, C. (2012). O cidadão como produtor de informação: Estudo de caso na imprensa online portuguesa. *Estudos em Jornalismo e Mídia* – 9(2), 269-283. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p269>
- CASCAIS, F. (2001). *Dicionário de jornalismo: as palavras dos media*. Lisboa: Editorial Verbo.
- CASTELLS, M. (2003). *A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- CHADHA, K & STEINER, L. (2015). The Potential And Limitations Of Citizen Journalism Initiatives. *Journalism Studies*, 16(5), 706-718. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1054179>

- CHRISTOFOLETTI, R. (2014). Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 25, 267-277. Recuperado de [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1873](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1873)
- DEL BIANCO, N. R. (2004). A Internet como fator de mudança no jornalismo. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 27(1). Recuperado de www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf
- EDO, C. (2007). El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa. In S. BARBOSA (Org), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros LABCOM. Recuperado de <http://www.labcom.ubi.pt>
- FERNANDES, J. M. (2011). *Liberdade e Informação*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- FONSECA, V. P. da S. (2002). O jornalismo na era da sociedade em rede: Máxima informação e ilusão de realidade. In A. HOHLFELDT & M. BARBOSA (Orgs), *Jornalismo no século XXI: A cidadania*. Brasil: Mercado Aberto
- FOSCHINI, A. C. & TADDEI, R. R. (n.d.) *Jornalismo cidadão: Você faz a notícia*. Recuperado de http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=33104
- FONTCUBERTA, Mar de. (1999). *A notícia: pistas para compreender o mundo*. Lisboa: Editorial Notícias.
- FOUCAULT, M. (2002). *O que é um autor?*. Portugal: Veja.
- FOUST, J. C. (2005). *Online Journalism: Principles and practices of News for the web*. Arizona: Halcomb Hathaway.
- FULLER, J. (1996). *News values: Ideias for an information age*. U.S.A: The University of Chicago Press.
- YRUELA, J. G. (1995). *Comunicación, tecnología, participación*. Madrid: Editorial Popular.
- GILLMOR, D. (2004). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença
- HOLTON, A. E., CODDINGTON, M & ZÚÑIGA, H. G. de. (2013). Whose News? Whose Values?. *Journalism Practice*, 7(6), 720-737. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.766062>
- JENKINS, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph
- KANG, I. (2015). Web 2.0, UGC, and citizen journalism: Revisiting South Korea's OhmyNews model in the age of social media. *Telemat. Informat.* Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2015.07.007>

- KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. (2004). *OS elementos do Jornalismo: O que os profissionais devem saber e o público exigir*. Porto: Porto Editora.
- LANGA, E. A. (2004). El periodismo en la era del pavo de plástico. In E. A. LANGA, J. AUMENTE, M. E. B. NIETO, B. C. RUIZ, L. G. JIMÉNEZ, J. P. GÓMEZ, . . . R. Z. MEDINA (Orgs.), *El Comunicador digital: Transformaciones en las rutinas y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Espanha: Quaderna Editorial
- LEACH, J. (2009). Creating ethical bridges from journalism to digital News. *Nieman Reports: Let's Talk: Journalism and Social Media*, 63(3), 42-44. Recuperado de <http://niemanreports.org/issues/fall-2009/>
- LOOSEN, W. & SCHMIDT, J-H. (2012). (Re-)discovering the audience. *Information, Communication & Society*, 15(6), 867-887. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.665467>
- MESQUITA, M. (2003). As tendências comunitaristas no jornalismo cívico. In N. TRAQUINA & M. MESQUITA (Orgs.), *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.
- M I E L N I C Z U K, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual* (Tese de doutorado). Faculdade De Comunicação, Universidade Federal Da Bahia, Salvador, Ba, Brasil.
- MORETZSOHN, S. (2006). O mito libertário do jornalismo cidadão. *Comunicação e Sociedade*, 9(10), 63-81.
- NEVEU, É. (2005). *Sociologia do Jornalismo*. Porto: Porto Editora
- NOGUEIRA, L. C. (2002). Slashdot, comunidade de palavra. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Recuperado de http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=nogueira-luis-slashdot_texto.html
- ORIHUELA, J. L. (2006) *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros
- O'REILLY, T. (2005). *What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. Recuperado de <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- PECQUERIE, B. & KILMAN. L. (2007). Do jornalismo cidadão ao conteúdo gerado pelo usuário. *Revista eJournal*, 12(12), 10-13. Recuperado de <https://photos.state.gov/libraries/amgov>.
- PRIMO, A. & TRÄSEL, M. R. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, 14, 37-56. Recuperado de <http://www.ufrgs.br/limc>
- RODRIGUES, D. A. (1993) O Acontecimento. In N. TRAQUINA (org), *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega

- RUIZ, B. C. (2004). La figura del comunicador digital en la era de la sociedad de información. In E. A. LAGA, J. AUMENTE, M. E. B. NIETO, B. C. RUIZ, L. G. JIMÉNEZ, J. P. GÓMEZ, . . . R. Z. MEDINA (Orgs.), *El Comunicador digital: Transformaciones en las rutinas y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Espanha: Quaderna Editorial
- SAHAGÚN, F. (2004). *De gutenberg a internet: La sociedad internacional de la información*. Espanha: Editorial Fragua
- SERRA, J. P. (2014). Para além da propaganda e da internet: A ética do jornalismo. *Comunicação e Sociedade*, 25, 290 – 300. Recuperado de <http://www.labcom.ubi.pt>
- SLEVIN, J. (2002). *Internet e sociedade*. Lisboa: Temas e Debates – Atividades Editoriais.
- STOVALL, J. G. (2004). *Web journalism: Practice and promise of a new medium*. U.S.A.: Pearson Education.
- TARGINO, M. das G. (2009) *Jornalismo Cidadão: Informa ou Deforma?* Brasília: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Unesco.
- TRAQUINA, N. (2005a). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. (Vol 1). Santa Catarina: Insular
- TRAQUINA, N. (2005b). *Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. (Vol 2). Santa Catarina: Insular
- TRAQUINA, N. (1993). As notícias. In N. TRAQUINA (org), *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega.
- SIGNATES, L. (2011). O poder simbólico e o conflito das liberdades. In A. C. R.P. TEMER (Org), *Mídia, cidadania e poder*. Goiânia: Conselho Editorial
- WALL, M. (2015). Citizen Journalism. *Digital Journalism*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.1002513>
- WANG, T.-L. (2016). From news receiver to news producer: The new relationship between journalists and audience in web 2.0. *Advances in Journalism and Communication*, 4, 55-66. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4236/ajc.2016.42006>
- Ward, S. J. & Wasserman, H. (2010) "Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse", *Journal of Mass Media Ethics*, 25:275–292.
- WHITE, D. M. (1997). The gatekeeper: a case study in the selection of news. In: D. BERKOWITZ, (Org.), *Social meanings of news: a text-reader*, pp. 63-71. Thousand Oaks: Sage.
- WOLF, M. (2001). *Teorias da Comunicação*. Portugal: Editorial Presença.

Lista de figuras

Figura 1: Modelo da pirâmide invertida ou o <i>lead</i>	43
Figura 2: Modelo da pirâmide deitada.....	44

Lista de tabelas

Tabela 1: Síntese dos Valores-notícia.....	27
Tabela 2: Transição Web 1.0 para Web 2.0.....	37
Tabela 3: Títulos das postagens.....	54
Tabela 4: Síntese dos temas.....	57
Tabela 5: Autores das postagens.....	66
Tabela 6: Valores-notícia em cada postagem.....	68
Tabela 7: Funções das postagens.....	73
Tabela 8: Gênero das postagens.....	75

